



GESELLSCHAFT FÜR  
IMMOBILIEN-  
WIRTSCHAFTLICHE  
FORSCHUNG E.V.



Sehr geehrte Damen und Herren,

der Verein **Stadtmarketing Neuburg an der Donau e.V.** hat sich zum Ziel gesetzt, mit Hilfe eines professionellen Marketings- und Managements die Attraktivität der Stadt Neuburg an der Donau als Standort des kulturellen und wirtschaftlichen Lebens zu stärken und somit ihren Wert für die Bürger, den Einzelhandel und die städtische Wirtschaft zu erhalten und zu erhöhen.

Das Institut für City- und Regionalmanagement (ICR) in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung (GIF) führen eine Befragung durch und laden gleichzeitig zu einer Informationsveranstaltung zum Thema

“Stadtmarketing in Neuburg an der Donau – Perspektiven und Erwartungen  
aus der Sicht der Immobilienwirtschaft”  
am Dienstag, dem 03. Juni 2003, um 19.30 Uhr,  
im Café Huber am Eisenplatz 38 in Neuburg an der Donau

ein.

Die Befragung dient ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken und wird anonym durchgeführt. Die Auswertung wird am Institut für City- und Regionalmanagement erfolgen. Eine Veröffentlichung der Ergebnisse durch den Verein Stadtmarketing Neuburg an der Donau e.V. ist für die zweite Jahreshälfte 2003 geplant. Weitere Informationen über diese Untersuchung und ihre Initiatoren finden Sie im Internet unter:

[www.icr-forschung.de](http://www.icr-forschung.de).

Rückfragen richten Sie bitten an unten aufgeführte Adressen oder per eMail an : [info@icr-forschung.de](mailto:info@icr-forschung.de).

Den ausgefüllten Fragebogen senden Sie bitte an Herrn Bastian Albrecht (ICR), Neureutherstr. 22, 80799 München bis zum 20. Juni 2003 oder bringen Sie ihn zur o.g. Veranstaltung mit.

**1. In Neuburg an der Donau wurde ein Verein zum Stadtmarketing gegründet. Wissen Sie welche Personen und Institutionen sich bisher mit dem Stadtmarketing in Neuburg an der Donau befasst haben?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

**Personen**

- 1.1 Der Oberbürgermeister sowie Mitglieder des Stadtrates.....
- 1.2 Engagierte Einzelhändler.....
- 1.3 Mitglieder der Stadtverwaltung.....
- 1.4 Weitere Persönlichkeiten des sozialen und wirtschaftlichen Lebens.....
- 1.5 Andere.....

**Institutionen**

- 1.6 Das Amt für Fremdenverkehr in der Stadtverwaltung.....
- 1.7 Das Planungs- bzw. Bauamt in der Stadtverwaltung.....
- 1.8 Der Gewerbeverband oder verwandte Interessensgemeinschaften.....
- 1.9 Die politischen Parteien.....
- 1.10 Andere.....

**2. Zu welchem Anlass haben Sie von den Initiativen zur Steigerung der Attraktivität Neuburgs erfahren ?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 2.1 Gründung des Stadtmarketings Neuburg an der Donau e.V. ....             | <input type="checkbox"/> |
| 2.2 Planungen zur Verbesserung der Erreichbarkeit.....                      | <input type="checkbox"/> |
| 2.3 Planungen zur Parkplatzbereitstellung- verwaltung.....                  | <input type="checkbox"/> |
| 2.4 Planungen zur Stadtgestaltung /Stadterneuerung.....                     | <input type="checkbox"/> |
| 2.5 Planungen zur Verkehrsberuhigung/Verschönerung.....                     | <input type="checkbox"/> |
| 2.6 Diskussion über die Steuerung des Branchenmixes.....                    | <input type="checkbox"/> |
| 2.7 Aktuelle Diskussion über städtebauliche Vorhaben/ Projekte.....         | <input type="checkbox"/> |
| 2.8 Initiativen zur Werbung bzw. Marketing für Neuburg an der Donau.....    | <input type="checkbox"/> |
| 2.9 Beratung der Nutzer bzw. der Einzelhändler in Neuburg an der Donau..... | <input type="checkbox"/> |
| 2.10 Initiativen des Einzelhandels in Neuburg an der Donau.....             | <input type="checkbox"/> |
| 2.11 Aktionen zur Frequenzsteigerung, Events.....                           | <input type="checkbox"/> |
| 2.12 Aktionen zur Sauberkeit und Sicherheit im öffentlichen Raum.....       | <input type="checkbox"/> |
| 2.13 Aus Eigeninitiative.....   | <input type="checkbox"/> |
| 2.14 Initiativen der Verbände (z.B. Gewerbeverband).....                    | <input type="checkbox"/> |
| 2.15 Aus sonstigem Anlass.....  | <input type="checkbox"/> |

**3. Bei vielen Tätigkeiten innerhalb der Immobilienwirtschaft ergeben sich Schnittstellen zum Stadtmarketing. Wie schätzen Sie die Bedeutung einzelner Schnittstellen ein ?**

(mehrfache Nennungen sind möglich)

- |  | hoch                     | mittel                   | gering                   |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 3.1 In der Marketingkonzeption.....                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.2 Bei der Immobilienanalyse.....                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.3 Bei der Immobilienbewertung.....               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.3 Bei der Festlegung der Portfoliostrategie..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.4 Beim Facilities Management.....                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.5 Bei städtischen Planungen.....                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.6 Zu eigentumsrechtlichen Belangen.....          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.7 Bei der Kontaktpflege.....                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.8 Bei der Nutzerakquisition.....                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.9 Bei der Planung von Baumaßnahmen.....          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.10 Sonstige Schnittstellen.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**4. Bei der Bewertung einer Handelsimmobilie spielt die Lagebeschreibung und Lagebewertung eine wichtige Rolle.**

**Wie schätzen Sie die Bedeutung des Stadtmarketings für folgende Bewertungskriterien ein ?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

	hoch	mittel	gering
4.1 Die Passantenfrequenz.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2 Die Lage und Größe der Magnetstandorte.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3 Die Dichte des Geschäftsbesatzes.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4 Der Branchenmix.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5 Die Absatzformen (Märkte).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6 Der Filialisierungsgrad.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.7 Die Flächenstruktur.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.8 Der Besatz einzelhandelsnaher Dienstleistungen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.9 Die Fluktuation.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.10 Die Nutzungsvielfalt (Flexibilisierung).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.11 Standortmängel.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.12 Die Leerstandsdauer.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.13 Sonstige Bewertungskriterien.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. Aktivitäten des Stadtmarketings wirken sich positiv auf die Attraktivität des Einzelhandels und damit auf die Immobilienwirtschaft aus.**

**Wie schätzen Sie die Bedeutung des Stadtmarketings für folgende Immobilienlagen aus qualitativer Sicht ein ?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

	hoch	mittel	gering
5.1 Die Luxuslagen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2 Die Niveaulagen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3 Die Konsumlagen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4 Alle Lagen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Für Einzelhandelsimmobilien wirkt sich das Stadtmarketing immer positiv aus. Wie schätzen Sie die Bedeutung des Stadtmarketings für folgende Immobilienlagen nach der üblichen Standort- und Lageklassifizierung ein?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

	hoch	mittel	gering
6.1 A-Lagen mit höchster Passantenfrequenz und großflächigen Magnetbetrieben.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2 B-Lagen mit hoher Passantenfrequenz und mittel- bis kleinstrukturierten Betrieben.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3 C-Lagen mit dünnerem Geschäftsbesatz und geringere Passantenfrequenz .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4 Alle Lagen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7. Bei der Zielsetzung des Stadtmarketings können auch räumliche Schwerpunkten fokussiert werden.**

**Welches Ziel in bezug auf die räumliche Gliederung sollte sich Ihrer Ansicht nach das Stadtmarketing in seinem Konzept vorrangig setzen ?**

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| 7.1 Die Stärkung der Kernbereiche in der Innenstadt (untere Stadt).....    | <input type="checkbox"/> |
| 7.2 Die Verbesserung der Randlagen in der Innenstadt (untere Stadt).....   | <input type="checkbox"/> |
| 7.3 Eine Verbesserung aller Bereiche in der Innenstadt (untere Stadt)..... | <input type="checkbox"/> |
| 7.4 Keine räumlichen Schwerpunkte setzen.....                              | <input type="checkbox"/> |

**8. Die Umsetzung des Stadtmarketings erfordert ein Management mit verschiedenartigen Aufgabenfeldern.**

**Wie schätzen Sie die Bedeutung möglicher Aufgabenfelder des Stadtmarketings für die Immobilienwirtschaft ein ?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

	hoch	mittel	gering
8.1 Die konzeptionelle Arbeit.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2 Die Koordinierung der Aktivitäten.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.3 Die Durchführung von Events.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4 Die Beratung bzw. Dienstleistung für Einzelhandelsbetriebe.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.5 Die Tourismusförderung.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.6 Die Gastronomieförderung.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.7 Die Öffentlichkeitsarbeit.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.8 Die Interessensvertretung auf politischer Ebene.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.9 Das Qualitäts-Management.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.10 Andere.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**9. Zu den in Frage Nr. 8 erwähnten Aufgabenfeldern des Stadtmarketings können in Zukunft neue hinzukommen.**

**Wie schätzen Sie die Bedeutung möglicher künftiger Aufgabenfelder für das Stadtmarketing in Neuburg ein?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

	unwichtig	neutral	sehr wichtig
9.1 Sauberkeit.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2 Sicherheit.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3 Trendsetters / Milieubildung.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4 Förderung von Lifestyle-Trends.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5 Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der unteren Stadt.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.6 Förderung der Internationalität.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.7 Lenkung von Passantenströmen /Frequenz.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.8 Image.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.9 Andere.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**10. Im Rahmen Ihrer Tätigkeit in der Immobilienwirtschaft verfolgen Sie im Hinblick auf den Immobilienwert in Neuburg eine bestimmte Strategie. Können Sie diese den unten genannten strategischen Ausrichtungen zuordnen ?**

- 10.1 Eine Strategie der Werterhaltung.....
- 10.2 Eine Strategie der Wertsteigerung.....
- 10.3 Eine Strategie der Abschöpfung und Desinvestition.....

**11. Bei der Umsetzung der unter Frage Nr. 10 genannten Ziele sind bisher an der von Ihnen verwalteten Immobilie Verbesserungsmaßnahmen durchgeführt. Falls Ja, von wem ?**  
(mehrfache Nennungen sind möglich)

- 11.1 Maßnahmen durch Dritte durchgeführt (z.B. Städtebauförderung, Gestaltung).....
- 11.2 Maßnahmen an der Immobilie in eigener Verantwortung durchgeführt.....
- 11.3 Zusammen mit Nutzern Maßnahmen durchgeführt.....

**12. Ein Stadtmarketing wirkt sich in der Regel langfristig positiv auf die Situation der Innenstadt aus. Es führt zu Nebeneffekten zugunsten der Immobilienwirtschaft in der Stadt. Welche Bedeutung hat das Stadtmarketing für das Eintreten folgender Nebeneffekte aus Ihrer Sicht ?** (mehrfache Nennungen sind möglich)

	hoch	mittel	gering
12.1 Eine Senkung der Kosten durch Bündelung von Maßnahmen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2 Eine Erhöhung der Flexibilität und der Nutzungsmöglichkeiten.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.3 Eine Verbesserung des Arbeitsumfeldes und Motivation für Mitarbeiter im Einzelhandel/ in Dienstleistungen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.4 Eine Stärkung der Marketingbotschaft.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.5 Eine Erhöhung der Erreichbarkeit.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.6 Eine Erhöhung der Kundenfrequenz.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.7 Eine Erhöhung der Attraktivität von Randzonen (stärkere Differenzierung).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.8 Die Serviceaufgaben erleichtern (z.B. durch Lieferzonen).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.9 Eine Verbesserung der Kommunikation unter den Akteuren (Vermieter-Nutzer-Eigentümer-Stadtverwaltung-Politik).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.10 Eine Stärkung der Magneteeinrichtungen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.11 Ein Immobilienwertzuwachs.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.12 Eine Verbesserung des Nutzermixes.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.13 Behebung von Standortmängeln.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13. Die Vermarktung von Immobilien fordert zunehmend die Einbeziehung von Beratungs- und Moderationsinstrumenten, die die Abstimmung zwischen privaten Akteuren und der öffentlichen Hand verbessern. Hierzu kann der Stadtmarketingverein Hilfestellungen anbieten. Welche Bedeutung messen Sie einer Unterstützung durch den Stadtmarketingverein zu ? (mehrfache Nennungen sind möglich)**

	hoch	mittel	gering
13 a) Beratung			
13.1 Zur Objektgestaltung und -ausstattung.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.2 Zum Nutzer-/ Branchenmix.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.3 Zum Facilities Management.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.4 Zur Standortgestaltung und -ausstattung.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.5 Zur Behebung von Standortmängeln.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.5 Sonstige Beratungsleistungen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 b) Hilfestellungen im Marketingsprozess			
13.6 Der Verein als Kommunikationsplattform.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.7 Abgestimmte Festlegung der Zielgruppendefinition.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.8 Planung und Durchführung von Events.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.9 Direktmarketing.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.10 Öffentlichkeitsarbeit.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.11 Kontraktmarketing.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.12 Festlegung des Preis-/ Mietniveaus.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.13 Kontakt zu potentiellen Investoren.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.14 Kontakt zu Problemgruppen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.15 Sonstige.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**14. Eine Beteiligung am Verein Stadtmarketing Neuburg an der Donau e.V. kann von vielfältigem Nutzen für Sie sein. Sind Sie an einer Mitgliedschaft grundsätzlich interessiert ?**

Ja                       Nein

**15. Ja, ich möchte mich informieren und nehme deshalb an der geplanten Informationsveranstaltung zum Thema**

**“Stadtmarketing in Neuburg an der Donau – Perspektiven und Erwartungen aus der Sicht der Immobilienwirtschaft”**

**am Dienstag, dem 03. Juni 2003, um 19.30 Uhr,  
im Café Huber am Elisenplatz 38  
in Neuburg an der Donau,**

**teil.**

Anonyme Angaben zum Betrieb:

Ich bin in der Immobilienbranche tätig und zwar überwiegend im Bereich

- |   |                             |                          |
|---|-----------------------------|--------------------------|
| - | Immobilienvermittlung.....  | <input type="checkbox"/> |
| - | Beratung/Consulting.....    | <input type="checkbox"/> |
| - | Projektentwicklung.....     | <input type="checkbox"/> |
| - | Finanzdienstleistungen..... | <input type="checkbox"/> |
| - | Facilities Management.....  | <input type="checkbox"/> |
| - | Center Management.....      | <input type="checkbox"/> |
| - | Immobilienverwaltung.....   | <input type="checkbox"/> |
| - | Sonstiger.....              | <input type="checkbox"/> |

Mein Betrieb unterhält Immobilien in der Stadt Neuburg und zwar

- |   |                             |                          |
|---|-----------------------------|--------------------------|
| - | Im Kernbereich.....         | <input type="checkbox"/> |
| - | In einer City-Randlage..... | <input type="checkbox"/> |
| - | Sowohl als auch.....        | <input type="checkbox"/> |

Der Umsatz zu den in meinem Wirkungskreis involvierten Immobilien beträgt im Jahr

- |   |                               |                          |   |
|---|-------------------------------|--------------------------|---|
| - | Unter 100.000.....            | <input type="checkbox"/> | € |
| - | von 100.000 bis 500.000.....  | <input type="checkbox"/> | € |
| - | von 500.00 bis 1.000.000..... | <input type="checkbox"/> | € |
| - | mehr als 1.000.000.....       | <input type="checkbox"/> | € |

Vielen Dank für Ihre Unterstützung !

**Per Fax an:  
Stadtmarketing Neuburg an der Donau e.V.  
Fax: 08431 55-242**

Das Institut für City- und Regionalmanagement (ICR) in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung (GIF) laden zu einer Informationsveranstaltung zum Thema

“Stadtmarketing in Neuburg an der Donau – Perspektiven und Erwartungen  
aus der Sicht der Immobilienwirtschaft”

am Dienstag, dem 03. Juni 2003, um 19.30 Uhr,

im Café Huber am Elisenplatz 38 in Neuburg an der Donau

ein.

An der Veranstaltung nehmen folgende Personen teil:

- Dr. Bernhard Gmehling, Oberbürgermeister Neuburg an der Donau ( Angefragt)
- Hr. Markus Jocher, Stadtmarketing Neuburg an der Donau e.V.
- Hr. Hartmut Bulwien, Bulwien AG, Präsident der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung, GIF e.V.
- Hr. Christoph Winkelkötter, Dynamis GmbH, Projektentwicklung und Beratung, Frankfurt/München
- Hr. Bastian Albrecht, City- und Regionalmanagement, ICR

Weitere Informationen über diese Aktivitäten finden Sie im Internet unter:  
[www.icr-forschung.de](http://www.icr-forschung.de).

Rückfragen richten Sie bitten an

Stadtmarketing Neuburg an der Donau e.V., Herr Markus Jocher, Tel.: 08431 55-263  
Herrn B. Albrecht (ICR) 0174-480 99 69 oder per eMail an : [info@icr-forschung.de](mailto:info@icr-forschung.de).

Ja, ich nehme an der Veranstaltung teil

Nein ich nehme an der Veranstaltung nicht teil