

# Stadtmarketing Judenburg: Das Jahr 2003

## Inhaltsverzeichnis

### Editorial

**Machbarkeitsstudien, Stadtgestaltung, Stadtentwicklung**  
**Unterstützung des Einzelhandels in Judenburg**  
**Leerflächenmanagement**  
**900 Jahre Mercatus Judenpurch**  
**Veranstaltungen**  
**Werbung und PR**  
**Beirat und Mitarbeiter**

### Editorial

Das Stadtmarketing Judenburg im zweiten Jahr: Das Highlight und Großprojekt/-event war mit Sicherheit die organisatorische Abwicklung der 900-Jahres-Feier, die mit großem Medienecho in In- und Ausland über die Bühne gegangen ist. Es war schön, mitzerleben, wie sich auch die Judenburger Bevölkerung, die Vereine und Schulen in dieses Projekt miteingebracht haben.

Auf dem Veranstaltungssektor hat sich Vieles getan, ob Calamarifest oder Oktoberfest, ob Radweltmeister oder Gospel-Konzert. Die Intention: Neben dem Kulturprogramm für verschiedene Zielgruppen der Bevölkerung ein adäquates Unterhaltungs- und Veranstaltungsprogramm bieten. Und durch Medienecho und Besucher dazu beitragen, dass Judenburg trotz schlechter Rahmenbedingungen als lebende und lebendige Stadt gesehen wird.

Nicht nur Erfreuliches gibt es aus dem Sektor „Leerflächenmanagement“ zu berichten. Auf der positiven Seite bilanziert die Eröffnung des Geschirrfachgeschäftes UD Tischkultur in der Wickenburggasse: Eine große Bereicherung für Judenburg und die Region, die auf die Bemühungen des Stadtmarketing zurückzuführen ist. Doch ähnlich wie in den meisten anderen österreichischen Städten lässt sich nicht leugnen, dass der Trend nach wie vor weggeht von der Innenstadt als Handelszentrum. Auswirkungen, deren Auslöser schon Jahre zurückliegen, werden erst jetzt richtig spürbar.

Obwohl von Seiten des Stadtmarketing vieles in Hinsicht auf die Ansiedlung neuer Geschäfte bzw. den Verbleib bestehender Betriebe versucht wurde: Gegen Zeitgeist zu arbeiten, ist oft ein Kampf gegen Windmühlen.

In allen Gesprächen mit ansiedlungswilligen neuen Betrieben (siehe Seite 5), bestehenden Betrieben und abgewanderten Betrieben hat sich jedoch eines herauskristallisiert: Judenburg wird zwar insgesamt als attraktive Stadt gesehen, der wichtigste Standortfaktor in Judenburg ist und bleibt jedoch die Bereitstellung von genügend Parkplätzen in Verbindung mit einer moderaten Parkgebühr. Es darf daher der Vorschlag „1 Stunde Gratis Parken“ kein Tabuthema mehr sein, und die Schaffung zusätzlicher Parkplätze im Rahmen des neuen Verkehrskonzeptes und des Masterplans sollte oberste Priorität besitzen. Solange diese grundlegenden Rahmenbedingungen nicht spürbar verbessert werden können, ist die Akquisition neuer Betriebe ungemein schwierig, und ebenso schwierig bleibt die Lage für bestehende Betriebe.

Hoffen wir, dass durch ein Leitprojekt etwa im Leiner-Gebäude oder durch die „Fürst“-Gruppe und durch ein mutiges neues Verkehrskonzept diesen Entwicklungen entgegengesteuert werden kann, damit Judenburg seine Attraktivität behält!

Gerfried Wanker-Tiffner, Jänner 2004

## **Machbarkeitsstudien, Stadtgestaltung, Stadtentwicklung**

### Analysen:

- Projektstudie Hauptplatzüberdachung, Studie Innenhofüberdachung
- Exakte Aufnahme des Stadtturms: (erstmalig genaue Vermessung aller Ebenen; Machbarkeitsstudie auf die Errichtung eines Außen-/Innenliftes)
- Altan: Weitere Machbarkeitsstudie (bodenmechanische Beurteilung der Rodung und Auslichtung); Projektplan für stufenweise Realisierung der Wiederherstellung der alten Stadtansicht mit geplanter Durchführungsphase Frühjahr 2004
- Stadtturm: Fertigstellung der Studie zur Inszenierung des Stadtturms als Erlebniswelt
- Analyse der Judenburger Gastro-Szene durch die Unternehmensentwicklungsgruppe Netzwerk GmbH

### Beleuchtung:

Seit einem Jahrzehnt werden verschiedene Beleuchtungsszenarien für interessante Objekte diskutiert. In einer ersten Phase wurde nun folgende Beleuchtungen realisiert:

- Beleuchtung Burgruine Liechtenstein: Planung, Realisierung (Leitungsgrabung etc.) und Investition durch das Stadtmarketing
- Beleuchtung Stadtmauer: Planung, Grundstückseigentümer- und Anrainerverhandlungen, Rodung, Investition etc. durch das Stadtmarketing
- Weihnachtsbeleuchtung Rathaus: Investition und Planung in Kooperation mit Stadtgemeinde

### Zukunftskonferenzprojekte:

Mitarbeit in den Gruppen

- Verkehr (u.a. Initiierung einer Verkehrszählung als Basis eines Verkehrskonzeptes)
- Stadthotel (Suche nach innovativen neuen Betreiberkonzepten; Machbarkeitsanalyse im Polytechnikum)
- Stadtturm (Lift, Inszenierung etc.)
- Kinderfreundliche Stadt / intergeneratives Citymanagement
- Murradweg

Intensive Mitarbeit am Masterplan der Gruppe „Fürst“; laufender Kontakt mit der Gruppe „Landl“ bzgl. „Leiner“-Verwertung.

## Unterstützung des Einzelhandels in Judenburg

- **Qualitätszertifizierungsaktion & Vortrag:** 10 Judenburger Geschäfte wurden mit dem „Top Standard Zertifikat“ ausgezeichnet. Die Überreichung der Zertifikate fand in Anwesenheit hochrangiger steirischer Wirtschaftskammervorteiler im Februar statt. In diesem Rahmen referierte Unternehmensberater Mag. Josef Wanas über die Themen Kundenbegeisterung, Beziehungsmarketing und Megatrends.
- **Broschüre: „Erfolg im Kundenkontakt“.** Diese Broschüre, die vom Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit Unternehmensberater Dr. Walter Schubiger erstellt wurde, enthält in 15 kurzen und prägnanten Lektionen die wesentlichen Erfolgsmerkmale im Verkauf. Die Kapitel orientieren sich an den Merkmalskategorien, die bei „Mystery Shopping“ beurteilt werden. Die Broschüre wurde an alle Handelsbetriebe verteilt.
- **Judenburger Gutscheineheft:** In der Vorweihnachtszeit wurde an alle Haushalte der Bezirke Judenburg, Knittelfeld und Murau das „Judenburger Gutscheineheft“ mit 24 Gutscheinen von Judenburger Betrieben verschickt. Das Feedback der Gewerbetreibenden war zum größten Teil sehr gut. Das Programm am Weihnachtsmarkt war im Innenteil eingeehtet.
- **Judenburger Europagulden:** Auch heuer wurde in der Vorweihnachtszeit der Kauf der Judenburger Gulden in Inseraten und durch Direct Mailing an Firmen beworben. 2003 wurden so viele Gulden verkauft wie noch nie zuvor.
- **Werbe-Unterstützung:** Im Rahmen der Werbekampagne (siehe Seite )

## Leerflächenmanagement

- Wartung und Aktualisierung der internet-basierenden **Leerflächendatenbank**
- **Abwicklung und Promotion der Judenburger Wirtschaftsförderung**

Das Stadtmarketing hat sich als erster Ansprechpartner für Geschäfts- und Dienstleisterinteressenten etabliert. Tätigkeiten: Beratung und Hilfestellung bei Standortsuche, Behördenansuchen, Abwicklung der Wirtschaftsförderung, Umfeldanalyse, Marketingmaßnahmen, Vermittlung zwischen Vermietern und Mietern etc.

Durch aktive Vermarktung der Förderung konnte beispielsweise die Zoohandlung Pühringer (jetzt Baumgaertner) an einen Nachfolger übergeben werden, das Elektrostudie Pichler sowie der Bauernladen Edlinger konnten flächenmäßig vergrößert und das Angebot erweitert werden. Insgesamt haben 2003 16 Betriebe die Judenburger Wirtschaftsförderung in Anspruch genommen. Die Einigung zwischen Vermieter und Schöps bzgl. des neuen Geschäftsstandortes in der Burggasse ist ebenfalls auf die Bemühungen des Stadtmarketing zurückzuführen. Damit ist auch der Verbleib von Schöps in der Innenstadt mittelfristig gesichert.

- **Neue Geschäftsansiedelungen / Akquisitionsbemühungen**

Nach Ansiedlung des Musikgeschäftes Amadeus und des Weltladens bedeutet die Eröffnung des Geschirrgeschäftes UD Tischkultur in der Wickenburggasse 5 die Schließung einer weiteren Lücke im Branchenmix, die auf die Bemühungen des Stadtmarketings zurückgeht. In der Burggasse 46 konnte nach dem Umzug der Allianzversicherung das leerstehende Geschäftslokal mit den zwei Dienstleistungsbetrieben CC-Consulting und sports&more wiederbesiedelt werden.

Gemeinsam mit dem ehemaligen Obmann des Wirtschaftsforums, Mag. Gerhard Staller, ist über das ganze Jahr eine konzertierte Suche und Ansprache von potentiellen Geschäftsbetreibern in und außerhalb der Region erfolgt. Mehr als 50 Firmen/Betriebe/ Personen wurden persönlich bzw. telefonisch kontaktiert. Zudem wurde in verschiedenen PR-Artikeln auf Standortvorteile, Förderungen etc. aufmerksam gemacht und ein Informationsblatt über Standortvorteile und Förderung erstellt.

Bei diversen Gesprächspartnern konnte zwar grundsätzliches Interesse am Standort Judenburg festgestellt werden, im Moment sind allerdings die meisten potentiellen Geschäftsbetreiber in „Abwarteposition“, insbesondere in Hinblick auf ein mögliches größeres Leitprojekt in Judenburg. Ohne adäquate Flächen (kleines EKZ) und adäquate Parkmöglichkeiten für die Kunden stellt es sich nach wie vor als äußerst schwierig heraus, mögliche neue Geschäftsbetreiber für eine Betriebseröffnung zu begeistern.

Bzgl. „Fleischhauerei“ wurden nach den Bemühungen im Jahr 2002 auch 2003 sämtliche Fleischhauereibetriebe zwischen Murau und Bruck persönlich kontaktiert. Bei zwei Betrieben besteht auf Grund der Integration der Söhne in den Familienbetrieb konkretes Interesse, eine Filiale zu errichten. Um den Standort Judenburg auszutesten, ist der probeweise Verkauf aus einem Verkaufswagen an einem festen Ort im Jahr 2004 im Gespräch.

Etwa 15 Anfragen bzgl. eines Geschäftslokals in Judenburg wurden intensiv bearbeitet. Unter anderem konnte das Geschäftslokal des „Sixpoint“ und des Kosmetiksalons (Eröffnung Februar 2004) weitervermittelt werden.

Auf Vermieterseite wurde versucht, in verschiedenen Fällen eine Senkung der Mietpreise zu erreichen. Beispielsweise wurden nach vielen Gesprächen die Mietkosten in der Rathauspassage beinahe halbiert und auch eine Reduktion für bestehende Mieter erreicht. Auch zwischen der Fam. Rattenegger und der Buchhandlung Styria wurde bzgl. eines

Ausbau weitervermittelt, um im Rahmen eines erträglichen Mietpreises eine Erweiterung der Buchhandlung zu realisieren. Die Gespräche sind im Laufen.

- Initiierung der **Gestaltung leerstehender Auslagen** (z.B. „Zwickauslage“ vor der Eröffnung von UD; zu Jahresende: ehemaliges „Nemetzgeschäft“); leider sind nicht immer alle Hausbesitzer diesbzgl. kooperativ.

## **900 Jahre Mercatus Judenburg**

Das 900-Jahre-Fest war der große Höhepunkt im Veranstaltungsleben. Ein gutes Jahr lang wurde vorbereitet, und eine Vielzahl von ehrenamtlichen Akteuren, Vereinen, Schulen etc. hat mitgeholfen, daraus ein wunderschönes Jubiläumsfest zu gestalten. Das Stadtmarketing Judenburg hat in diesem Rahmen die Gesamtkoordination übernommen. Schon im Vorfeld wurde die Stadt mit Fahnen, Transparenten etc. geschmückt und die 900-Jahre-Mercatus-Judenpurch-Festschrift erstellt (Restexemplare sind noch erhältlich).

Zahlende Besucher: 9500

Akteure: ca. 1200

Ehrengast: Landeshauptfrau Waltraud Klasnic

Ehrenschutz: Bundespräsident Thomas Klestil

Höhepunkte:

- Größter Mittelalterfestumzug Österreichs
- Größtes Ritterturnier Österreichs
- Fürstenhochzeit
- Seiltanz auf den Stadtturm
- Großer Handwerksmarkt mit über 50 Marktständen

Werbung:

Festschrift, Programmheft, Judenburg-Bierkrüge, Judenburg-Abziehbilder etc.

PR:

Die ausführliche PR-Berichterstattung diente nicht zuletzt dazu, die Positionierung der Stadt Judenburg als dem steirischen Markt seit über 900 Jahren zu kommunizieren.

- Ankündigung und Bericht in ORF Stmk. und Confetti TiVi, TW3, Gwiss Steirisch etc.
- Ö2 Steiermark, Antenne Stmk, Radio Grün Weiss, Radio 89,6 etc.
- Regionale und überregionale österreichische Tages- und Wochenmedien; Medienkooperation mit der Kleinen Zeitung
- Deutsche Magazine und Tageszeitungen
- Beiträge auf verschiedensten Homepages national / international

Schulen:

In unterschiedlichsten Schulprojekten haben die Schüler intensiv mit der Stadt Judenburg und ihrer Geschichte auseinandergesetzt. Unter anderem gewann ein Maturaprojekt der HAK den landesweiten Schulwettbewerb („Ein roter Faden durch Judenburg“).

## Veranstaltungen

- **„2. steirisches Calamarifest“:** 2000 Portionen Meeresfrüchte landen in den Mägen der italienbegeisterten Besucher. Giuseppe Palermo singt sich wiederum in die Herzen der zahlreichen Judenburger und auswärtigen Besucher. Ankündigung in Gwiss Steirisch / ORF.
- **„Volksmusik am Bauernmarkt“:** Die sommerliche Musikreihe sorgt mit authentischer und echter Volksmusik drei Monate lang für einen regen Besucherstrom. Im zweiten Jahr hat sich bereits ein treues Stammpublikum gebildet.
- **„Sepp Holzer & Biofest“:** Agrarrebell Sepp Holzer sorgt trotz strömenden Regens am Vormittag für regen Zustrom. Ein sonniger Spätherbstnachmittag bei steirischen Schmankerln entschädigt dann für die verregneten Stunden. Ankündigung in Gwiss Steirisch / ORF.
- **American Gospel Christmas:** 450 Zuhörer drängen sich in der Judenburger Stadtpfarrkirche zu den Liedern der fünf Vollblutsängerinnen der Gruppe 4Real aus Nashville.
- Das **Alderson Broaddus Brass Ensemble aus West Virginia** gibt ein Gastspiel auf dem Judenburger Hauptplatz
- **Bike in the City:** Radweltmeister in Judenburg mit einer spektakulären BMX-Show. Confetti TiVi ist vor Ort und berichtet auch im ORF.
- **Kinder-Halloween:** Auch heuer wieder schlechtes Wetter bei der Kinder-Halloween-Party am Hauptplatz. Rund 400 Kinder haben drei Stunden lang jede Menge gruseligen Spass und Unterhaltung.
- **Modeschau/ / Miss Styria Wahl:** Im Rahmen einer Modeschau findet im Veranstaltungszentrum die Vorwahl zur Miss Styria statt. Inklusiv Starmoderator Johnny Fink, Sax-Act, Bodyperformance von Weltmeister und Wetten-Das-Teilnehmer Jörg Kapfer und Kindertanzshow der Tanzschule Dietrich.
- **1. Judenburger Oktoberfest:** Die Stoakogler, das Original Oberkrainer Sextett, die Stohlis und die Judenburger sorgen zwei Tage lang für beste Stimmung. Besucher: 3000; die Kronenzeitung berichtet 4 x steiermarkweit; Ankündigung in Gwiss Steirisch / ORF.
- **„Die große Nacht der Erotik“:** Nachdem sie bereits im ersten Jahr ein voller Erfolg war, stellen sich auch 2003 die Judenburger Szene-Lokale unter dieses Motto.
- **Krampustag:** Die Vordernberger Höllenteufeln verwandeln den Hauptplatz in einen „Platz der Hölle“. Zuvor beschenken Nikolaus und Krampus die Kleinen, und es gibt einen Fototermin mit den Perchten für die Kinder.
- **Weihnachtsmarkt:** Auch im Jahr 2003 hat der Markt alle sieben Tage die Woche geöffnet. Dadurch sorgt auch der Sonntag Nachmittag für Bewegung in der Innenstadt. An jedem Tag gibt es einen eigenen Programmpunkt. Verbessert wurde heuer das Angebot in den 16 Weihnachtshütten mit neuen Standbetreibern und einer vielfältigen Auswahl.
- **Ostermarkt:** Der 1. Versuch eines Ostermarktes im Festzelt auf dem Hauptplatz mit 9 Standbetreibern. Das Ambiente im Festzelt war allerdings nicht ganz optimal.
- **Silvester:** Kindersilvester am frühen Abend und ein voller Hauptplatz beim Feuerwerk vom Kalvarienberg um Mitternacht. In den Lokalen wurde danach bis Sonnenaufgang gefeiert! Redaktionell angekündigt wurde die Judenburger Silvesterparty im ORF.

Weitere Veranstaltungen, die vom Stadtmarketing mitkonzipiert, mitgetragen oder finanziell unterstützt wurden: Konzert im Gewölbekeller: „Schispringerlieder“; School Out Party, Turmausstellung, Fußballspiel FC Dortmund – GAK, 20 Jahre Stadtlauf, Concert Irish Pub, Opening Kletterhalle, Aktionstag „Sex in the City“ der Landschaftsapotheke, Motorradsternfahrt, Karaoke-Night, Murtal Classic, Voest Alpine World Congress im /zentrum etc.

Bei den Veranstaltungen steht für das Stadtmarketing Judenburg primär der „Mehrwert“ im Vordergrund. Entweder in Form direkter Umwegrentabilität für Gastronomie, Handel etc., oder durch eine positive und ausführliche Berichterstattung in den Medien und dem damit verbundenen Imagefaktor.

Von April bis Dezember war beispielsweise durchgehend eine Judenburger Veranstaltung im A1-Radio-Veranstaltungskalender angekündigt: Ein Beweis dafür, dass sich in Judenburg etwas tut. Und das trägt trotz widriger anderer Begleitumstände mit großer Sicherheit zur Imagebildung einer „lebenden Stadt“ bei.

## Werbung und PR

Auch im Stadtmarketing müssen genauso wie in der Privatwirtschaft gezielt die Instrumente des Marketingmix eingesetzt werden. Werbung soll begeistern, für das Produkt „Stadt“ interessieren, zu einer Identifikation führen und spontane Sympathie schaffen. Kennzeichnend im Stadtmarketingbereich ist die Tatsache, dass durch Werbung die Angebote, Dienst- und Serviceleistungen und die Attraktivität der Stadt weder substantiell noch funktionell verändert werden können. Nur die Vorstellung vom „Stadtprodukt“ kann bei den Zielgruppen beeinflussend wirken.

Werbung soll vor allem breite Zielgruppen erreichen, die wirtschaftlich interessant sind. Sie soll dazu noch Stolz auf die Stadt machen, der Marke „Stadt“ bzw. „Judenburg“ Glanz verleihen und die Unterschiede zur Konkurrenz aufzeigen. Begleitend zur klassischen Werbung wird „Public Relations“ in diesem Zusammenhang immer wichtiger (vgl. beispielsweise das neue Buch des amerikanischen Marketinggurus Al Ries „The fall of advertising and the rise of PR“).

**Werbekampagne 1 - Testimonialkampagne:** Die Kampagne soll sowohl Stammkunden bestätigen wie auch neue Kunden auf die Idee bringen, Judenburg zu besuchen. Menschen interessieren sich für das, was andere Menschen tun oder sagen. Deswegen erzählen Judenburg-Besucher bzw. Judenburg-Bewohner in kurzen Interviews, was Ihnen in und an Judenburg gefällt, warum sie nach Judenburg kommen etc. - Die Kampagne ist auf sehr positive Resonanz gestoßen.

**Werbekampagne 2 – „Aufgefallen in Judenburg“:** In der neuen Werbekampagne „Aufgefallen in Judenburg“ (Diese Woche im Blickpunkt) werden außergewöhnliche Produkte ins Blickfeld gerückt, die es ausschließlich oder in besonders guter Ausprägung nur in Judenburg (bezogen auf die Region) gibt. Die Kampagne hat sich als sehr effizient erwiesen und hat sowohl von den Betrieben wie den Konsumenten ein ausgezeichnetes Feedback bekommen.

Beide Werbekampagnen wurden sowohl in den wichtigen Kauf- wie den wichtigen Gratiszeitungen der Region geschaltet. Dazu läuft als Kooperationsprojekt zwischen Stadtmarketing und der Judenburger Wirtschaft eine **monatliche Doppelseite** in einem Gratismedium, die auf aktuelle Angebote aufmerksam macht.

**Corporate Design:** Das Judenburg-Logo wurde auf die neue Positionierung „*stadt judenburg – der steirische markt seit über 900 jahren*“ adaptiert und zusätzlich für Fernsehen und Internet animiert.

**Internet:** Die Kosten für den digitalen Stadtplan von Schubert& Franzke auf der Judenburg Homepage wurden vom Stadtmarketing übernommen.

**ÖBB EC 630 Historische Stadt Judenburg, ÖBB E 1795 Historische Stadt Judenburg:** Ein Eurocity (von Villach nach Wien) und ein Eilzug (von Graz nach Klagenfurt) tragen den Namen „Historische Stadt Judenburg“. Dieser Name wird in jedem Haltebahnhof durchgesagt, steht in jedem Fahrplan und auf jeder Anzeigetafel. In den Fahrplänen, die in den Abteilen aufliegen, befinden sich zudem zweieinhalb Seiten Imagewerbung von Judenburg. Weitere einseitige Einschaltungen finden sich im EC 30 Carlo Goldoni (Venedig – Wien Süd), IC 530 Egger-Lienz (Sillian – Wien Süd) und EC 555 Johann Nestroy (Wien Süd – Graz).

**Public Relations:** Viele Hundert Zeitungsberichte wurden 2003 bezugnehmend auf Veranstaltungen und Aktivitäten des Stadtmarketing publiziert. Viele Aktionen haben überregionales Medienecho erregt und sind zumindest steiermarkweit erschienen. Dazu kam eine Vielfalt von Berichten in Radio und Fernsehen.

An sonstiger PR erwähnenswert: Imagebericht über Judenburg in der Wochenendbeilage des Kurier, Bericht in den Wirtschaftsnachrichten Süd zum Betriebsstandort Judenburg, und aus strategischen Überlegungen gemeinsam mit dem Stadtmarketing Knittelfeld eine PR-Kampagne für die Wichtigkeit des A1-Rings.

**Murtal Regionalfernsehen:** Über das ganze Jahr war Woche für Woche ein Bericht über Judenburg im Regionalfernsehen „Kanal3“ zu sehen. Diese Berichte wurden je nach Thema zum einem Teil vom Stadtmarketing, zum anderen von der Stadtgemeinde abgewickelt. Neben diversen Eigenveranstaltungen wurden auch Berichte über innerbetriebliche Veranstaltungen wie bei UD Geschirr, Schuhhaus Praschniker, Tag der offenen Tür in der Kletterhalle, Judenburgstraße bei der Infosa etc. eingespielt.

**Sonstige Werbeaktivitäten:**

- Citylight: In der Arena am Waldfeld wurde vom Stadtmarketing eine City-Light-Vitrine errichtet, in der aktuelle Veranstaltungen angekündigt werden.
- Poster: Ein weiteres Poster („Strettweger Kultwagen“) wurde mittels einer neuen Fotografie von Georg Ott erstellt. Nach dem „Blick aus der Weyergasse“ soll die Posterreihe im nächsten Jahr eine weitere Fortsetzung finden.
- Hinweistafeln: Neue „Willkommen“-Tafeln an den Ortseinfahrten; neue große Hinweistafel am Murradweg; neue Hinweistafel in Strettweg (Fundort Strettweger Kultwagen)
- Sponsoring: Das Steirercup-Cartteam mit 4 Judenburger Fahrern fährt unter dem Teamnamen „Jet Racing Team Judenburg“. Gemeinsam mit dem Team soll im Jahr 2004 ein Cart-Grand-Prix in Judenburg veranstaltet werden.

**Stadtmarketing-Beirat:**

Bgm. Peter Schlacher, Stadtgemeinde  
Hannes Doleschall, Stadtgemeinde  
Vzbgm. Wolfgang Toperczer, Stadtgemeinde  
Mag. Valerie Odelga, Wirtschaftsforum  
Heinz Mitteregger, Wirtschaftsforum  
Hans Wimmer, Wirtschaftsforum  
Dir. Karl Sattler, Tourismusverband  
Alfred Praschniker, Tourismusverband

**Stadtmarketingteam:**

Mag. Gerfried Wanker-Tiffner  
Renate Slama (1/3 Anstellung)

*Freie Mitarbeiter:*

Mag. Gerhard Staller  
Uschi Hebein

*Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich.: Stadtmarketing Judenburg, Burggasse 5, 8750  
Judenburg, Tel. 03572-47127, [stadtmarketing@judenburg.at](mailto:stadtmarketing@judenburg.at)*