

Newsletter 1/2010

Achtung: Neue Kontaktdaten der bcsd Geschäftsstelle

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.
bcsd Geschäftsstelle
Geschäftsführer Jürgen Block
Hackescher Markt 4 / Neue Promenade 3
10178 Berlin

Tel. 030/2804 2671
Fax. 030/2804 2673
Email: geschaeftsstelle@bcsd.de oder info@bcsd.de

Interview mit dem neuen bcsd Geschäftsführer Jürgen Block

Nach einer langen Vakanz in der Geschäftsführung des bcsd hat nun am 4. Januar 2010 unser neuer Geschäftsführer Jürgen Block in unserer neuen Geschäftsstelle in Berlin seine Position angetreten. Noch ist er allein in Berlin – die Familie kommt im März aus Kalifornien nach – und er hat schon alle Hände voll zu tun.



Über seine Ideen und Vorstellungen und über seine ersten Eindrücke sprach Vorstandsmitglied Bernadette Spinnen (BS) mit dem neuen Geschäftsführer (JB).

BS: Wie fühlen Sie sich als neuer bcsd-Geschäftsführer und worauf freuen Sie sich am meisten bei Ihrer Arbeit?

JB: Ich habe richtig Lust mich in die Arbeit zu stürzen und die Aufgaben und Ziele der Bundesvereinigung anzugehen. Zunächst steht natürlich der Aufbau der neuen Geschäftsstelle im Vordergrund, aber danach freue ich mich darauf rauszugehen und mit den Mitgliedern zu kommunizieren. Mein Ziel ist es, dicht an den Mitgliedern zu sein und ihre Erfahrungen und die allgemeinen Trends im Stadtmarketing so aufzubereiten, dass unsere Geschäftsstelle eine lebendige und informative Schnittstelle wird.

BS: Was werden die ersten größeren Dinge und Projekte sein, die Sie in der nächsten Zeit anpacken wollen? Gibt es etwas, was Sie beim bcsd überrascht hat? Etwas was Sie nicht erwartet hätten?

JB: Ich möchte mich in vieles auch erst einmal einarbeiten können - auch wenn der Erwartungsdruck allseits schon deutlich zu spüren ist. Ich habe zwar eine Meinung

Themen

Seite 1

Neue Kontaktdaten der bcsd-Geschäftsstelle

Interview mit dem neuen bcsd-Geschäftsführer

Seite 3

bcsd-Frühjahrstagung in Essen

Künstlersozialabgabe sinkt

Seite 4

Anstieg bei Gästeübernachtungen

Gesucht: „Die seniorenfreundlichste Stadt“

Das Wachsen der Großstädte

Seite 5

Der TrendOne gibt den Ausblick in der Zukunft

Seite 6

Wiki-bcsd: Von Kollegen lernen

Seite 7

Wie werde ich bcsd-Mitglied und welche Vorteile bietet die bcsd-Mitgliedschaft?

Terminkalender

Seite 8

Neu: Nach dem Motto „biete – suche“ bauen wir eine neue Rubrik für die Homepage auf: „Die Pinnwand“

zu den Produkten des bcsd, maße mir aber nicht an, gleich die Weisheit mit Kübeln auszuschütten. Als Beispiel nenne ich die bcsd-Akademie. Ein tolles Angebot, wie ich finde. Fact ist aber auch, sie wird noch nicht so nachgefragt, wie dieses erwartet wurde. Dafür gibt es also Gründe. Ich habe schon einige Meinungen hierzu gehört, aber ein umfangreiches Bild kann ich mir erst machen, wenn die Diskussion mit Mitgliedern, Organisatoren und Vorstand insgesamt geführt wurden.

Wenn Sie mich nach Überraschungen fragen, kann ich zum einen etwas salopp antworten: Jeder Umzugskarton, den ich am 4. Januar öffnen durfte, war eine spannende Überraschung! Aber im Ernst, es hat mich sehr positiv überrascht, dass nahezu flächendeckend in den letzten zwei Jahren Landesverbände aufgebaut wurden. Die Landesverbände zählen für mich neben den Erfa-Tagungen zu den wichtigsten Instrumenten, um mit den Mitgliedern im direkten und regelmäßigen Kontakt zu stehen.

BS: Wenn Sie unseren Verband noch mit dem ungetrübten Außenblick betrachten, was sehen Sie dann?

JB: So ganz ungetrückt ist der Blick ja nicht, denn ich war mit dem Holzmindener Stadtmarketing langjähriges Mitglied und kenne also diese Perspektive ziemlich genau. Das ist eine wichtige Grundlage für die Ausübung der Geschäftsführerfunktion beim bcsd heute. Gleichzeitig besitze ich aber auch etwas Distanz zu den handelnden Personen und den Entwicklungen der letzten zwei Jahre - eine zweite wichtige Grundlage. Beim Verband sehe ich eine wirklich beeindruckende Kompetenz! Sehr viel Engagement, gerade auch vom Vorstand wird tolle Arbeit geleistet. Das ist nicht selbstverständlich bei der ehrenamtlichen Vereins- und Vorstandsarbeit. Bei den limitierten Ressourcen, die zur Verfügung stehen, möchte ich den Vorstand ermutigen nicht nachzulassen! Gleichwohl hat die Bundesvereinigung in vielen Bereichen und speziell bei der Außendarstellung und Außenwahrnehmung noch großes Potenzial.

BS: Wenn Sie 10 Jahre unser Geschäftsführer sind, wo sollte die bcsd dann stehen? Was ist Ihr Wunschbild?

JB: Das Bild ist ein „Türschild“ auf dem die bcsd als erste Adresse für alle Akteure rund um das Stadtmarketing steht. Dazu 750 Mitglieder und eine Geschäftsstelle mit mindestens fünf Mitarbeitern.

BS: Was wünschen Sie sich von unseren Mitgliedern? Was dürfen sich unsere Mitglieder von ihrem Geschäftsführer realistischer Weise wünschen?

JB: Genauso wie sich die Mitglieder eine funktionierende Geschäftsstelle wünschen, bei der es einen verlässlichen und greifbaren Ansprechpartner gibt, der als Knotenpunkt für das Stadtmarketingnetzwerk dient und Informationen aufarbeitet, so wünsche ich mir aktive Mitglieder, die mich mit Inhalten, Ideen und Fragen füttern. Darüber hinaus möchte ich natürlich mithelfen die Bundesvereinigung über Projekte, Produkte und Taten bekannter und einflussreicher zu machen, so dass die Mitgliedschaft im bcsd e.V. einfach ein „Muss dabei sein“ ist.

bcsd-Frühjahrstagung vom 18. – 20. April 2010 in Essen

„Stadtmarketing und Kultur - Zwangsehe oder fruchtbare Beziehung?“

Dieses Thema passt sehr gut in die diesjährige Europäische Kulturhauptstadt Ruhr 2010. Und das Verhältnis zwischen Kultur und Stadtmarketing ist ein spannendes Thema für die Stadt. Und zwar deshalb, weil sich beide Funktionen in den letzten Jahren deutlich aufeinander zubewegt haben.

Damit haben sich zwischen Stadtmarketing und Kultur neue Konflikte aber auch Kooperationsfelder herausgebildet. Stadtmarketing und Kultur arbeiten teils nebeneinander, teils gegeneinander und teils miteinander in den Städten. Fragestellungen für die Tagung werden sein: Wie arbeiten diejenigen, die ein Bild oder ein Image der Stadt verbreiten sollen, mit denen zusammen, deren Selbstverständnis gerade darin besteht, festgefügt Stadtbildern zu misstrauen und auf der Dynamik der Stadtentwicklung durch Diskurs zu bestehen. Wo sind Stadtmarketing und Kultur grundsätzlich verschieden? Wo berühren sie sich und wo hilft das eine dem anderen? Welche Partnerschaft von Kultur und Stadtmarketing ist für eine vitale Stadtentwicklung richtig.

Natürlich sind die Stadt Essen und das Ruhrgebiet insgesamt in diesem Jahr Ziele für einen Pflichtbesuch zumindest all derjenigen, die sich für Kultur und (Stadt)Marketing interessieren. Nicht zuletzt aus diesem Grund findet unsere kommende Erfa-Tagung (18. bis 20. April 2010) auch in der Kulturhauptstadt Essen statt.

Das Vorprogramm stellt uns mit ausgewählten und exklusiven Programmen verschiedene zentrale und inzwischen weltbekannte Orte der Industriekultur vor. Das Tagungsprogramm bestreiten neben den Kollegen und Kolleginnen, die in den Workshops Praxisbeispiele der gelungenen Verbindung von Kultur und Stadtmarketing erläutern, hochkarätige Gäste wie der Stadtsoziologe Prof. Walter Siebel - auch Mitglied der Kulturhauptstadt-Jury -, Dieter Gorny ist angefragt (Executive Vice President für MTV Networks Europe [Viacom]), Vertreter renommierter Agenturen wie Scholz & Friends (Hamburg/Berlin) oder der auf Kunst- und Kulturmarketing spezialisierten Agentur Luz/Neumann (Köln) sowie des Feuilletonisten Gerd Matzig (ebenfalls angefragt) von der Süddeutschen Zeitung.

Also: Save the date! Das genaue Programm erreicht Sie in der nächsten Woche.

Künstlersozialabgabe: Abgabesatz sinkt in 2010 auf 3,9 %

Nach der Künstlersozialabgabe-Verordnung 2010 wurde der Abgabesatz ab dieses Jahr von 4,4 % auf 3,9 % abgesenkt. Dadurch werden die Verwerter von Kunst und Publizistik auf das Jahr gerechnet um 20 Millionen Euro entlastet.

Freischaffende Künstler und Publizisten erhalten in Deutschland durch die Abgabe der Verwerter, durch einen Bundeszuschuss und durch eigene Beiträge einen günstigen Zugang zur Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung. Mit der Künstlersozialversicherungsnovelle wurde im Jahr 2007 die Kontrolle der Abgabepflicht von Unternehmen, die künstlerische oder publizistische Werke verwerten, verstärkt.

Bis zu dieser Reform kamen viele Unternehmen ihren Pflichten nicht nach. Sie werden seither von den Trägern der Deutschen Rentenversicherung hierüber aufgeklärt und veranlagt. Dies sorgt innerhalb der weltweit einmaligen Künstlersozialversicherung für eine gerechte Lastenverteilung und eine solide Finanzbasis.

1 % mehr Gästeübernachtungen im November 2009

Nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) wurden im November 2009 in Deutschland 22,6 Millionen Gästeübernachtungen in Beherbergungsstätten mit neun oder mehr Betten und auf Campingplätzen gezählt. Damit stieg die Anzahl der Übernachtungen gegenüber November 2008 um 1%. Von der Gesamtzahl der Übernachtungen entfielen 19,1 Millionen auf inländische Gäste (+1%) und 3,5 Millionen auf Gäste aus dem Ausland (+5%).

Im Zeitraum Januar bis November 2009 lag die Gesamtzahl der Gästeübernachtungen mit 347,4 Millionen etwa auf dem Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraums. Auch die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Inland blieb mit 296,3 Millionen nahezu unverändert, während die Zahl ausländischer Gäste um 4% auf 51,1 Millionen abnahm.

www.destatis.de

Stiftung Lebendige Stadt - Stiftungspreis 2010: „Die seniorenfreundlichste Stadt: Aktivieren, integrieren, unterstützen“

Als Thema für den Stiftungspreis 2010 legte das Kuratorium der Stiftung Lebendige Stadt das Thema „Die seniorenfreundlichste Stadt: Aktivieren, integrieren, unterstützen“ fest.

Jährlich ruft die Stiftung alle Städte und Kommunen zur Teilnahme an ihrem Stiftungspreis aus, der sich immer einem anderen Thema widmet. Ausgezeichnet werden innovative Ideen und Konzepte, die sich als „Best-Practice-Beispiel“ zur Nachahmung in anderen Städten und Kommunen eignen. Der Preis ist mit 15.000 Euro dotiert. Die Ausschreibungsunterlagen werden Anfang 2010 an alle Städte und Kommunen versandt und sind dann auch auf der Stiftungs-Homepage unter www.lebendige-stadt.de abrufbar.

Gibt es eine neue Attraktivität der Städte?

Bedeutet eine positive Bevölkerungsentwicklung automatisch eine neue Attraktivität der Städte? Welche Prozesse und Strategien stecken hinter den Zahlen, wie schlagen sie sich in den Stadtquartieren nieder und wie sind sie zu bewerten? Seit Anfang dieses Jahrzehnts zeigt sich für eine Reihe von deutschen Großstädten wieder eine positive Bevölkerungsentwicklung. Zugleich zeigt sich, dass die Suburbanisierungsprozesse rückläufig sind. Diese Entwicklung wird in Fachkreisen begrüßt, hat es doch den Anschein als käme die Stadtentwicklung dem Ideal einer kompakten, Ressourcen sparenden Entwicklung näher. Im Rahmen eines Forschungsprojektes des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) sollen diese Effekte überprüft werden. Außerdem sollen die lokalen Ausprägungen eines weiteren Städtewachstums als Forschungsthema in den Blick näher analysiert werden.

Die Städtelandschaft ist in Deutschland durch gleichzeitig stattfindende Wachstums- und Schrumpfungsprozesse auf der Ebene der Stadtbevölkerung gekennzeichnet. Die Ergebnisse führen zur Auswahl von zehn Städten für die vertiefenden Analysen. Die BBSR-Website www.werkstatt-stadt.de gibt zum Einstieg und zur Illustration Hinweise auf Projekte, die in den Städten in ihrer "Wachstumsperiode" umgesetzt wurden und die Kriterien einer nachhaltigen Stadtentwicklung erfüllen.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – neuer Trendservice der bcscd
Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcscd-Erfa-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcscd liefert ab sofort mit jedem Newsletter Anregungen, Trends, die von „TrendONE“ geliefert werden. TrendONE kennen die, die bei der bcscd-Tagung in Bremerhaven dabei waren bereits, mit ihnen kooperiert die bcscd jetzt weiterhin. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor - ab sofort ist aber auch der neue TrendONE Stadtmarketing Trendreport erhältlich. Der Preis richtet sich nach der Einwohnerzahl (in Tausend) Ihrer Stadt. Bestellungen und Fragen unter **Stadtmarketing@trendone.de**

HYBRIDES UMWELTFAHRRAD
Das "CopenhagenWheel" ist das hybride Elektro-Fahrrad für den umweltbewussten, urbanen Bürger: Die beim Fahren und Bremsen erzeugte Energie wird gespeichert und kann jederzeit bei Bedarf aktiviert werden. Der Motor, darüber hinaus das Schloss und die Gangschaltung lassen sich über ein Smartphone steuern. Das intelligente Rad fungiert zu dem als Sensor und misst die Luftverschmutzung, den Geräuschpegel und die Straßenverhältnisse; die so gewonnenen Umweltdaten helfen bei der Planung gesünderer Routen und leisten einen analytischen Beitrag für die Gesellschaft. <http://senseable.mit.edu>



ZHAOKARTEN ALS REISEFÜHRER
Die chinesische Firma ZhaoCards hat einen Reiseführer herausgebracht, der nicht in Buchform, sondern in Form einzelner Karten erhältlich ist. Momentan werden Sets für jeweils eine chinesische Großstadt vertrieben, die qualitativ gleichwertige Informationen wie gängige Reiseführer enthalten. Dabei wird eine einzelne Karte für jede Sehenswürdigkeit, jedes Hotel, Restaurant oder weitere interessante Orte benutzt. Der Tourist muss somit nicht immer sein komplettes Buch mit sich tragen, sondern kann ganz bequem nur die Karten mitnehmen,



die er gerade braucht.

Quelle: <http://www.zhaocards.com>

MOBILE APPLIKATIONEN FÜR MEINE STADT

Der Online-Service Appify.com sammelt alle Handy-Anwendungen für eine Stadt und ermutigt Menschen, diese zusammen mit anderen in der jeweiligen Community zu nutzen. Zudem listet Appify.com auf, was andere Gemeinden an lokalen Applikationen besitzen, um Anwendungs-Entwicklern Inspirationen zu liefern. Deshalb ermutigt die Plattform Hersteller von lokalen Applikationen auch, diese auf Appify.com hochzuladen und somit eine übersichtliche Sammlung nach Städten und Gemeinden zu erstellen. Die Seite zeigt auch an, welche Applikationen sich Nachbarn in der Umgebung wünschen, um ihre Kommunikation zu verbessern.



bcsd wiki - von den Erfahrungen der Kollegen profitieren

Workshop: „Einführung in die Tagungs- und Kongressorganisation“

Der Workshop „Einführung in die Tagungs- und Kongressorganisation“ des Kongressbüros Münster Marketing ist einer der Bausteine der KONGRESSINITIATIVE MS, der den Kongressstandort Münster stärken und attraktiver machen soll. Die Informationsveranstaltung zum Thema „Management von kleinen Tagungen“ soll Assistenten/Innen und wissenschaftlichen Mitarbeiter/Innen an Münsters Hochschulen Tipps für die Organisation und Durchführung von kleinen Veranstaltungen an die Hand geben. Dabei werden die Teilnehmer über die Tagungsmöglichkeiten in Münster und über den Service des Kongressbüros Münster Marketing informiert. Darüber hinaus erhalten sie einen Leitfaden, der praktische Hinweise und Anregungen zur richtigen Planung von Kongressen gibt. Ein Angebot, das bei seiner Zielgruppe hervorragend ankommt und in jeder Kongressstadt anwendbar ist.

Weiter:

<http://www.bcsd.de/wiki/index.php?n=Themen.WorkshopEinf%fc hrungInDieTagungs-UndKongressorganisation>

bcsd-Jobbörse

Sie suchen qualifizierte Bewerber? Diese Aufgabe übernehmen wir für Sie: Das Einstellen von Stellenangeboten bieten wir zum Preis von 50 Euro netto je Stellenangebot. Der Staffelpreis für die gleichzeitige Aufgabe von 3 Stellenanzeigen für 4 Wochen beträgt 100 Euro netto (Laufzeit 1 bis 6 Monate) an. Die Anzeigenaufgabe erfolgt online auf Rechnung. Bitte wenden Sie sich an die bcsd-Geschäftsstelle unter geschaeftsstelle@bcsd.de.

GEMA und bcsd

Mitglieder der bcsd erhalten über unsere mit der GEMA geschlossene Rahmenvereinbarung einen Rabatt in Höhe von 20 Prozent. Die Rahmenvereinbarung können Sie bei der bcsd-Geschäftsstelle anfordern geschaeftsstelle@bcsd.de. Sie sind kein Mitglied der bcsd? Sie möchten gerne einen Antrag auf Aufnahme in die bcsd stellen? Laden Sie sich den bcsd-Mitgliedschaft-Antrag herunter und faxen diesen ausgefüllt an 030 / 28 04 26 73.

Was kostet die bcsd-Mitgliedschaft – was bringt sie?

Der jährliche bcsd-Mitgliederbeitrag dient der Deckung von Grundkosten, die im Rahmen einer aktiven Arbeit der Bundesvereinigung entstehen. Ohne eine zusätzliche Beitragshürde etablieren zu wollen, sind sie eine finanzielle Notwendigkeit, um den Aufwand an Man-Power auszugleichen, der nicht von der ehrenamtlichen Tätigkeit des Vorstandes umfasst wird. Dazu gehört insbesondere die Vertretung der Bundesvereinigung nach innen und außen, etwa gegenüber externen Institutionen, Gesetzgebern, Fachbehörden, Politikern oder Medien. Der Beitritt zur bcsd ist sowohl als ordentliches Mitglied mit der Staffelung des Beitrages in drei Klassen, die sich nach Kriterien wie Stadtgröße in Einwohnern, zur Verfügung stehenden Budget und Anzahl der Mitarbeiter richtet, als auch als förderndes Mitglied möglich. Mit der Mitgliedschaft ergeben sich Zugangsmöglichkeiten zum bcsd-Informationstransfer und die verbilligte Teilnahme an Veranstaltungen der bcsd, insbesondere an den zweimal im Jahr stattfindenden Tagungen. Aktiver Erfahrungsaustausch und aktuelle Meinungsbildung stärkt das Band der Mitglieder der Bundesvereinigung.

Terminkalender

4./5. Februar 2010, bcsd.Akademie in Berlin im art'otel berlin-mitte:

„Leerstandsmanagement - Flächen managen – statt nur verwalten“

Praktische Werkzeuge für die Zentren- und Quartiersentwicklung

Leerstehende Laden- und Büroflächen bzw. ihre Neubesetzung erzeugen Handlungsdruck und sind daher fast überall eine wichtige Position im Aufgabenkatalog der City- und Stadtmarketing-Verantwortlichen. Das dahinter stehende „Marktversagen“ führt jedoch dazu, dass Erfolge schwierig zu erzielen sind. Bei näherem Hinsehen ergeben sich für den Einzelfall jedoch fast immer Möglichkeiten für zukunftsgerichtete Ansatzpunkte und damit auch Chancen für den Standort, die aufgespürt und verfolgt werden wollen.

Anmeldung: geschaeftsstelle@bcsd.de

18./19. Februar 2010, bcsd.Akademie: „Risikomanagement - Risiken (er)kennen, bewerten und meistern“ (Achtung: Das Seminar wird auf einen späteren Termin verschoben)

11./12. März 2010, bcsd.Akademie in Berlin im art'otel berlin-mitte:

„Effektiv organisieren – erfolgreich arbeiten! Zielorientierte Maßnahmen durch „weiches“ Projektmanagement

Die Arbeit im Stadtmarketing bleibt, bis sie sich in konkreten Maßnahmen darstellt, häufig diffus. Auch die Umsetzung ist aufgrund der vielen Interessen und Mitwirkenden, eine Gleichung mit vielen Unbekannten. Auch ohne formale

Weisungskompetenz können, mit Hilfe von Projektmanagement, Chancen optimiert, und die gewünschten Ergebnisse erzielt werden. Die Voraussetzung dafür ist ein Konzeptstandard für das Management von Projekten, der sich als Planungs- und Ausführungsroutine fixieren lässt. Hilfe für die Stadtmarketing-Praxis bieten Werkzeuge des weltweit führenden Standards des Project Management Institutes.
Anmeldung: geschaeftsstelle@bcسد.de

11./12. März 2010, Konferenz zur Schönheit und Lebensfähigkeit der Stadt
Die Technische Universität Dortmund veranstaltet eine Konferenz zur Schönheit und Lebensfähigkeit der Stadt. Auf dem Programm stehen u. a. die Themenpunkte: Stadttheorie - Komplexität statt Reduktion; Stadtgesellschaft – Stadtquartier statt Wohnsiedlung und Gewerbepark; Stadtpolitik – Stadtbürger als Gestalter statt anonymer Immobilienwirtschaft; Stadtbild – Städtebau statt Fachplanung; Stadtarchitektur – Gebautes Ensemble statt individualistischer Eventarchitektur. Die Tagung wird in der Rheinterrasse Düsseldorf, Joseph-Beuys-Ufer 33 in 40479 Düsseldorf, stattfinden. Weiterführende Informationen erhalten Sie unter <http://www.dis.tu-dortmund.de>

16. März 2010, Stadtmarketing-Tag Rheinland-Pfalz und Sitzung des bcسد Landesverbandes Rheinland-Pfalz

18. bis 20. April 2010, bcسد-Frühjahrstagung in Essen
„Stadtmarketing und Kultur - Zwangsehe oder fruchtbare Beziehung“

Neu: Pinnwand für Mitglieder auf bcسد.de

Zahlreiche Nachfragen und Angebote von Mitgliedern für Mitglieder erreichen die Geschäftsstelle. Wir haben uns dazu entschlossen, für den kurzfristigeren Austausch zwischen den Mitgliedern ein neues Angebot auf bcسد.de: Eine Pinnwand als „Schwarzes Brett“ für solche Angebote und Nachfragen einzurichten.

Bis spätestens 5. Februar finden Sie dieses auf www.bcسد.de/pinnwand

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

Die in dieser E-Mail gegebene Information ist nicht rechtsverbindlich. In Fällen, in denen die Rechtsverbindlichkeit erforderlich ist, kann Ihnen diese Bestätigung auf Anforderung gerne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten Nutzung, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestattet ist.