

Newsletter 2/2010

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

-Das Tagungsprogramm ist da!-

„Stadtmarketing und Kultur - Zwangsehe oder fruchtbare Beziehung?“

Die Kulturszene einer Stadt ist Attraktion, Imagefaktor und Multiplikator zugleich. Die Funktion von Stadtmarketing und Kulturinstitutionen haben sich in den letzten Jahren deutlich aufeinander zu bewegt. Zwischen Ihnen entstehen neue Kooperationsfelder, aber auch Konflikte. Wie arbeiten Marketingentscheider, die ein Image der Stadt stärken und verbreiten wollen, mit Kulturentscheidern zusammen, die Images hinterfragen?

Die Beziehung zwischen Stadtmarketing und Kultur wird dabei aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet und interpretiert. Experten stellen praxisbewährte Methoden, kreative Instrumente und erfolgreiche Ansätze zur Kultur-Finanzierung vor, die für das Stadtmarketing zum Marketingfaktor werden können.



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 vom 18. bis 20. April 2010 auch in der Kulturhauptstadt Essen statt.

Teilnahmegebühr:

- 340,- EUR zzgl. MWST für bcsd-Mitglieder
- 440,- EUR zzgl. MWST für bcsd Fördermitglieder
- 540,- EUR zzgl. MWST für Nichtmitglieder

Zusätzlich bieten wir am 18. April 2010 ein attraktives Vorprogramm an. Die Höchstteilnehmerzahl ist festgelegt, um einen effizienten Erfahrungsaustausch zu ermöglichen.

Anmeldeschluss ist der 15. März 2010

Das aktuelle Programm mit dem Anmeldeformular zur bcsd-Frühjahrstagung finden sie unter:

http://www.bcsd.de/upload/docs/Programm_bcsd-erfatagung_04_2010-2.pdf

Themen

Seite 1

bcsd-Frühjahrstagung in Essen
Das Tagungsprogramm ist da!

Seite 2

bcsd-Akademie: Nachbericht
„Flächenmanagement“

bcsd-Akademie: Vorbericht
„Projektmanagement“

Seite 3

Bcsd-Geschäftsstelle

Neue CIMA-Deutschlandstudie

Internationales Journal gegründet

Gesucht: „Bundeshauptstadt der
Biodiversität“

Seite 4

Demografischer Wandel als
Herausforderung für Städte

TrendOne gibt den Ausblick in der
Zukunft

Seite 5

bcsd-Jobbörse: Stellenangebote
aus Görlitz und Pattensen

Seite 6

Terminkalender

Seite 8

„Die Pinnwand“

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

bcsd-Akademie-Flächenmanagement

Am 4./5. Februar 2010, fand die bcsd.Akademie in Berlin im art'otel berlin-mitte zum Thema „Leerstandsmanagement - Flächen managen – statt nur verwalten“ statt. Das von Frank Heinze und Stefan Heerde geleitete Seminar bot einen umfassenden und grundlegenden Überblick zu den Methoden, Instrumenten und Maßnahmen, die im Flächenmanagement einen erfolgreichen Umgang mit der Leerstandsproblematik versprechen. In zwei Tagen bekamen die Teilnehmer umfangreiches Grundwissen vermittelt, was es bedeutet sich professionell um die Flächenentwicklung in Städten zu bemühen. Standen am ersten Tag die Analysetools zum Erkennen und dem richtigem Einordnen der Leerstandsproblematik im Mittelpunkt, so ging es am zweiten Tag vor allem darum nachhaltige Konzepte zu entwickeln sowie wertvolle Handlungsempfehlungen zur Koordination der betroffenen Interessengruppen an die Hand zu bekommen.



Alle Teilnehmer waren von dem Wert des Seminars für ihre eigene Arbeit überzeugt und sind mit fundiertem Wissen, vielen guten Ideen und neuem Mut zurückgereist, um nun mit verstärkter Kompetenz dem Flächenmanagement in der eigenen Stadt auf die Sprünge zu helfen. Frank Heinze und Stefan Heerde ist es hervorragend gelungen mit ihren unterschiedlichen beruflichen Kompetenzen als Stadtentwicklungs- und Organisationsberater sowie als Sachverständiger für Immobilienwirtschaft die verschiedenen

Perspektiven und Ansätze im Flächenmanagement zu verdeutlichen. Einheitliches Qualitätsurteil der Teilnehmer: „sehr empfehlenswert“!

bcsd-Akademie-Projektmanagement

Auch die nächste bcsd-Akademie am 11./12. März 2010 verspricht eine echte Hilfe für Akteure im City- und Stadtmarketing zu werden, denn bei dem Thema „Effektiv organisieren – erfolgreich arbeiten! Zielorientierte Maßnahmen durch Projektmanagement“ kann jeder City- und Stadtmanager sofort den Nutzen für die eigene Arbeit erkennen. Auch hier ist mit den beiden Experten Dr. Florian Birk und Peter Lüscher exzellentes know-how verfügbar:

- Typische Fallstricke im Umsetzungsgeschäft
- Erfolgsfaktoren des Projektmanagements in komplexen Umwelten
- Basics und Toolbox zur Umsetzung in der Projektentwicklung und –umsetzung anhand ausgewählter Beispiele
- Einführung von methodischen Qualitätsstandards und Routinen für die Projektplanung und –umsetzung

Restplätze sind noch verfügbar!

bcsd Geschäftsstelle

Der Weg zur wieder vollständig funktionierenden Geschäftsstelle der bcsd kommt weiter voran. Nachdem in einem ersten Schritt alle administrativen Voraussetzungen für den Betrieb geschaffen worden, zeigt sich nun auch die personelle Situation weiter verbessert: Seit dem 15. Februar hat Frau Gabriele Kukic ihre Teilzeitstelle im Sekretariat angetreten. Frau Kukic besitzt jahrelange Erfahrung in der Büroorganisation und freut mit dem Bereich „City- und Stadtmarketing“ ein spannendes und interessantes Umfeld kennen zu lernen.



Deutschlandstudie: CIMA-Monitor 2009 ist veröffentlicht

Bei einer telefonischen Befragung für den CIMA MONITOR wurden insgesamt 2.000 Personen in der Bundesrepublik Deutschland befragt, um Trends und Stimmungen rund um das Thema Stadt einzufangen. Abgefragt wurde z. B. die Zufriedenheit mit dem eigenen Wohnort, die Lebensmittelversorgung und Qualität der Nahversorgung. Welche Verkehrsmittel für wie viel Entfernungen und welche Betriebstypen werden bevorzugt? Was macht eine Innenstadt attraktiv? Welches ist die attraktivste Stadt Deutschlands? Wie wichtig sind Shopping-Center für die Attraktivität einer Innenstadt? Wie gefällt den Menschen die vorweihnachtliche Stimmung in Ihrer Heimatstadt? Die Ergebnisse in einem kurzen, kompakten pdf-Bericht können per Mail (Brunner@cima.de) bestellt werden. Die Rechnung über 25 Euro (brutto, inkl. Versandkosten) erfolgt per Post.

Internationales Journal zum Stadtmarketing gegründet

Fragen rund um die weltweite Vermarktung von Städten beantwortet das neue internationale **Journal of Town & City Management (JTCM)**. Innovative Ideen und der Umgang mit tagesaktuellen Veränderungen sind Themen. Wie schafft es z. B. Liverpool, die Kultur zu einem Markenzeichen zu machen oder wie werden in Neuseeland die Erwartungen von Einwohnern an Lebensqualität befriedigt? Wie funktioniert PPP in BID in den USA wirklich? Eine vierteljährlich erscheinende Austauschplattform zeigt konkrete Projektbeispiele im Stadtmarketing und place branding aus aller Welt. Einblick in die Themen der ersten Ausgabe sowie Angaben für die Bestellung des Journals erfolgt direkt beim Verlag unter <http://www.henrystewart.com/jtcm/>.

Wettbewerb „Bundeshauptstadt der Biodiversität“

Im Jahre 2010, dem Jahr der internationalen Biodiversität, wird mit Unterstützung der Stiftung „Lebendige Stadt“ der nationale Wettbewerb „Bundeshauptstadt der Biodiversität“ durch die deutsche Umwelthilfe mit einem Preisgeld von 50.000 Euro ausgelobt. Die relevanten Akteure in den Städten und Gemeinden sollen motiviert und unterstützt werden, mehr Anstrengungen und konkreten Maßnahmen zum Schutz von Natur und Artenvielfalt zu entwickeln. Alle deutschen Städte und Gemeinden sollen bis Juli 2010 angeschrieben werden und haben eine Bewerbungsfrist von vier Monaten. Die Auswertung erfolgt durch ein vorher festgelegtes Punktevergabesystem

und eine Arbeitsgruppe, in der auch die Stiftung „Lebendige Stadt“ vertreten ist. Gemeinsam wird die „Bundeshauptstadt der Biodiversität“ gekürt. Die Gewinnerstadt wird im April 2011 mit einer Auszeichnungsfeier prämiert. Die Ergebnisse und „Best-practice-Beispiele“ werden dokumentiert und den Städten und Gemeinden zur Verfügung gestellt. Weitere Informationen finden Sie unter:
http://www.duh.de/biodiv_kommune.html

Demografischer Wandel als Herausforderung für die Stadt- und Freiraumplanung

Weltweit zieht es immer mehr Menschen in die Stadt. Die Zeitschrift „Stadt und Raum“ bringt in seinem Dezemberheft einen ausführlichen Beitrag von Professor Horst W. Opaschowski aus Hamburg, der beschreibt, wie Stadt Region aber auch Unternehmer und Kommunalpolitiker angesichts der demographischen Entwicklung umdenken müssen. „Eine Stadt oder Region, die heute noch die Verbesserung der Lebensqualität als nebensächlich ansieht, investiert mit Sicherheit an der Zukunft vorbei. Wer die Attraktivität einer Stadt oder Region im Bereich von Freizeit, Kultur und Bildung, also der so genannten „weichen Standortfaktoren“ steigert, betreibt erfolgreiche Neuansiedlungspolitik und hilft, neue Betriebe zu gewinnen und neue Beschäftigte anzuziehen.“ (S. 289)

Mehr als die Hälfte der Bevölkerung lebt heute in Städten und 2030 werden zwei Drittel der Weltbevölkerung Städter sein, die in etwa 400 Metropolen mit mehr als einer Million Einwohnern leben, wovon 20 Megastädte mit mehr als 10 Millionen sind. Informationen zur Fachzeitschrift finden Sie unter:
<http://www.stadtundraum.de/index.php?hr=stadtundraum&ur=fachzeitschrift&c=start>

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der 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. 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**



MOBILE APPLIKATION FÜR TOURISMUSBEHÖRDEN

Die Social Travel-Applikation des kanadischen Anbieters Discover Anywhere wurde als neuer Kommunikationskanal für die Tourismusbranche vorgestellt. Durch eine Kombination des mobilen Internets und social Networking können einerseits die Nutzer untereinander Informationen, Bilder und weiteren relevanten Content austauschen; andererseits ist es Reisenden möglich, direkt über die Anwendung mit dem Tourismusbüro zu kommunizieren und Fragen zu bestimmten Orten zu stellen. In Kürze will Discover Anywhere zusätzliche Augmented Reality-Funktionen integrieren.

<http://www.discoveranywheremobile.com>

BILLBOARD MIT "LUFTPROBEN"

Auf leicht ironische Art hat die Agentur Wirz BBDO Zürich für das Schweizer Bergdorf Braunwald geworben, in dem ein Autoverbot dafür sorgt, dass die Bergluft besonders rein bleibt: In einer Billboard-Kampagne wurden an Abgase gewöhnte Städter angesprochen; die Poster wurden komplett mit grober Luftpolsterfolie überzogen und mit dem Spruch "Hallo Stadtmenschen, schnuppert hier mal eine Prise Höhenluft" bedruckt. Wie frisch und rein die Luft in den Bläschen wirklich war, hat wohl niemand herausgefunden, doch zumindest das Öffnen der "Probepackungen" hat besonders jüngeren Städtern viel Spaß bereitet.

<http://www.wirz.ch/>



PUBLIC EARTH: LOCATION-WIKI



Auf der Webseite PublicEarth.com lassen sich Orte überall auf der Welt notieren, sammeln und deren Bewohner ansprechen. An interessanten Neuigkeiten für Plätze können Benutzer beispielsweise eintragen, wo der nächste Flashmob oder die nächste Demo stattfinden wird, wo sich romantische Schmusecken befinden oder wo es eine gute Table-Dance-Bar gibt. Bei Public

Earth geht es weniger darum, bestimmte Dinge zu finden, sondern viel Mehr darum, sich inspirieren zu lassen und neue Ideen für Unternehmungen zu sammeln. Der Dienst ist kostenfrei.

<http://www.publicearth.com>

bcsd-Jobbörse

Auf der bcsd-Jobbörse finden Sie aktuell zwei Stellenangebote aus Görlitz und aus Pattensen:

Der „aktionsring Görlitz e.V.“ sucht ein/e Citymanager/in für die 60.000 zählende sächsische Stadt. Mehr Informationen unter:

<http://www.bcsd.de/index.php?pageid=11>

Die Stadt Pattensen sucht zum 01.04.2010 eine/n Stadtmarketingmanager/in. Der Rat der Stadt Pattensen hat im Jahr 2005 eine im Bürgerbeteiligungsprozess erarbeitete Marketingkonzeption als Handlungsrahmen für die Stadtentwicklung der nächsten 15 Jahre beschlossen. Gesucht wird eine geeignete Persönlichkeit, die in freiberuflicher Tätigkeit die Umsetzung übernimmt.

<http://www.bcsd.de/index.php?pageid=11>

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 **office@bcsd.de**.

Terminkalender

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: office@bcsd.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 in der IHK Pfalz, Ludwigsplatz 2-4, 67059 Ludwigshafen am Rhein und Sitzung des bcsd Landesverbandes Rheinland-Pfalz

Unter der Headline, Stadtmarketing mit rotem Faden – Ziele formulieren und verfolgen' wird der Handelsexperte Dr. Andreas Kaapke, Sprecher der Geschäftsführung des Instituts für Handelsforschung Köln, erläutern, wie Service und Dienstleistungsqualität zu einem roten Faden im Stadtmarketing werden können. Die Geschäftsführerin des City-Vereins Nagold e.V., Angela Nisch, stellt die Idee der Vermarktung der Stadt Nagold als Kaufhaus dar. Über das erfolgreiche Innenstadtmarketing in Braunschweig berichtet Gerold Leppa, Vorsitzender der Geschäftsführung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und stellvertretender bcsd-Bundesvorsitzender.

Die Einladung zur Veranstaltung ist unter diesem Link zu finden:

http://www.pfalz.ihk24.de/produktmarken/standortpolitik/raumordnung/stadtundhandel/stadtmarketing/2010_03_Flyer_Stadtmarketing.pdf

18. bis 20. April 2010, bcsd-Frühjahrstagung im Rathaus Essen
„Stadtmarketing und Kultur - Zwangsehe oder fruchtbare Beziehung“

Weitere Informationen:

http://www.bcsd.de/upload/docs/Programm_bcsd-erfatung_04_2010-2.pdf

20. bis 21 April 2010, Deutsches Institut für Urbanistik in Berlin
„Stadtmarketing als verzichtbare freiwillige Aufgabe - oder als Weg zur Mobilisierung von Ressourcen von Bürgern und Unternehmen?“

Stadtmarketing-Ansätze haben in der Vergangenheit immer wieder Plattformen und Initiativen bereitgestellt, um das Engagement von Unternehmen und Bürgern zu stimulieren und für mehr Standortattraktivität zu nutzen. Bei erkennbar drastisch abnehmenden Ressourcen im öffentlichen Sektor sind genau diese Erfahrungen und Kompetenzen noch stärker gefragt. Nur so wird das Leistungsniveau über die Pflichtaufgaben hinaus zu halten oder - angesichts steigender Anpassungsbedarfe - noch zu steigern sein. Bewährte und innovative Wege zur Mobilisierung privaten Ressourcen diskutiert ein Seminar mit Blick auf verschiedene Handlungs- und Aktionsfelder: Quartiersentwicklung, BIDs/Citymanagement, Streetwatching und Bürgerbus-Angebote. Weitere Informationen:

<http://www.difu.de/index.shtml?seminare/seminarliste.phtml>

05. bis 06. Mai 2010, Institut für Städtebau Berlin der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung

„Programme und Maßnahmen zur Stärkung der Innenstädte“

Seit nunmehr zwei Jahren setzt insbesondere das Bund-Länder-Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ an den genannten Problemfeldern in den Innenstädten und Ortsteilzentren an. Mit den Finanzhilfen soll die Vorbereitung und Durchführung der Gesamtmaßnahmen in den Kommunen zur Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche gefördert werden. Die Maßnahmen sollen zur Profilierung der Zentren und Aufwertungen von Standorten beitragen, um so die Funktion der Zentren und Ortsteilzentren zu bewahren bzw. wiederherzustellen. Wichtig ist hierbei insbesondere die Einordnung in eine Entwicklungsstrategie für die Gesamtstadt.

Der Fortbildungskurs findet in Mannheim statt. Weitere Informationen:

<http://www.staedtebau-berlin.de/kurs.html>

01. bis 02. Juni 2010, Deutsches Institut für Urbanistik in Kooperation mit bcsd e.V.

„Stadtmarketing: Ein leistungsfähiges Instrument auch in Krisenzeiten?“

Wie sehr die Globalisierung, die weltweite Verflechtung der Wirtschafts- und Finanzmärkte Auswirkungen auf die Städte und Gemeinden hat, ist inzwischen jedem deutlich geworden. Der demografische Wandel, ökonomische Entwicklungsprozesse und neue technologische Trends, soziale Veränderungen, aber auch der Klimawandel sind die Herausforderungen, denen sich die Städte aktuell und in der Zukunft gegenübersehen. Stadtmarketing muss zeigen, ob es in Zeiten der Veränderung wichtiger Rahmenbedingungen ein leistungsfähiges Instrument der Stadtentwicklung bleiben kann. Weitere Informationen:

<http://www.difu.de/index.shtml?seminare/seminarliste.phtml>

Neu: Pinnwand für Mitglieder auf bcsd.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 bcsd.de: Eine Pinnwand als „Schwarzes Brett“ für solche Angebote und Nachfragen einzurichten.

www.bcsd.de/pinnwand

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.

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.