

Newsletter 11/2011

bcsd-Seminar: „Organisationsrecht und Organisationsentwicklung im Stadtmarketing – ein Upgrade“

Die bcsd veranstaltet am 15. Februar 2012 in Düsseldorf das Seminar „Organisationsrecht und Organisationsentwicklung im Stadtmarketing – ein Upgrade“. Als Referent wird der erfahrene Rechtsanwalt und Wirtschaftsmediator Andreas Schriefers den Teilnehmern einen Überblick über die Organisations- und Handlungsformen privater und kommunaler Akteure im öffentlichen Bereich geben.

EU-Beihilfenrecht, Arbeits- und Personalrecht, Steuerrecht, Haushalts- und Kommunalrecht, Gesellschafts- und Vereinsrecht nehmen zunehmend Einfluss auf die Gestaltbarkeit und Führung von Organisationen im öffentlichen Bereich. Das Nebeneinander dieser Rechtsgebiete und der gleichzeitig bestehende Handlungsdruck zur Haushaltskonsolidierung führen ebenso wie zahlreiche Änderungen in der Rechtsprechung zu einem steten Wandel der jeweiligen Organisation selbst.

Die mit der Spezialmaterie verbundenen Fragestellungen sind im Grundsatz nicht neu. Die „Update“-Veranstaltung soll die erforderliche Neubewertung der eigenen Organisation erleichtern. Sie ist sowohl für Neulinge im Stadtmarketing, als auch für Fortgeschrittene geeignet. Teilnehmer können im Vorfeld des Seminars relevante Unterlagen zur unverbindlichen Einsicht und Kommentierung an den Referenten übermitteln. Weitere Informationen und die Anmeldung zum Seminar erhalten Sie **hier**.

bcsd-Positionspapier liegt vor: „Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb“

Im Rahmen der bcsd-Mitgliederversammlung 2011 in Koblenz wurde das gemeinsam von Vorstand und Geschäftsführung erarbeitete Positionspapier „Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb“ vorgelegt, diskutiert und im Grundsatz beschlossen. Nach einer redaktionellen Überarbeitung liegt nun die endgültige Fassung vor.

Für eine erfolgreiche Stadtentwicklung sind nicht nur gelungene Einzelhandelsansiedlungen und gute Innenstadtkonzepte von Bedeutung. Eine immer wichtigere Rolle in der Bewältigung des Übergangs von der Industrie- zur Wissensgesellschaft spielen Entwicklung und Ansiedlung wissenschaftlicher Einrichtungen, Forschungs- und Entwicklungszentren sowie umfassende und überzeugende Bildungsorte in einer Stadt. Sie erhöhen Image und Bekanntheit einer Stadt, erzeugen dauerhaft wirtschaftliche Prosperität und gehören zur Infrastruktur einer funktionierenden und

Themen

Seite 1

bcsd-Seminar: Organisationsrecht und Organisationsentwicklung

bcsd-Positionspapier: Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb

Seite 2

DStGB warnt vor übertriebenen Hoffnungen bei der Steuerschätzung

Stiftungspreis „Lebendige Stadt“

Seite 3

Deutscher Tourismuspreis 2011

Kultur- und Kreativwirtschaft weiter im Aufwind

Seite 4

„stadt:pilot spezial“: Erneuerbare Energien, Energieeffizienz und Klimaschutz in der Stadt von morgen

bcsd-Fördermitglieder

Seite 5

Stadtmarketing Preis Baden-Württemberg 2011

BID-Award 2011

Seite 6

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder

Wettbewerb: „Schaufenster Elektromobilität“

Seite 7

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 8

bcsd-Jobbörse

Terminkalender

Seite 9

Was kostet die bcsd-Mitgliedschaft?

innovativen Stadt.

Die bcsd hat sich auf den verschiedensten Ebenen gemeinsam mit Partnern aus der Wissenschaft, hier besonders mit dem *Stifterverband der Deutschen Wissenschaft* und *Wissenschaft im Dialog*, mit den Fragen nach der Umsetzung einer wissenschaftsbasierten Stadtentwicklungspolitik auseinandergesetzt. Die Ergebnisse aus diesem Prozess sind in dieses Empfehlungspapier für alle Entscheider aus Kommunen, aber auch aus Hochschulen, eingegangen. **Hier** finden Sie das vollständige Positionspapier als Download.

DStGB warnt vor übertriebenen Hoffnungen bei der Steuerschätzung

Angesichts der im Rahmen der Steuerschätzung vermutlich prognostizierten Mehreinnahmen von 30 bis 40 Milliarden Euro bis zum Jahre 2015 warnt der DStGB vor zu vielen Hoffnungen. „Das Geld ist noch nicht in den Kassen von Bund, Ländern und Gemeinden. Das gilt besonders vor dem Hintergrund vorhandener Risiken wie die Euro- und Bankenkrise sowie der unklaren Entwicklung der Weltwirtschaft“, betonte DStGB-Hauptgeschäftsführer Dr. Gerd Landsberg. Mögliche Steuermehreinnahmen könnten die Finanzsituation der Gebietskörperschaften nur dann verbessern, wenn die Ausgaben nicht gleichzeitig weiter zunehmen. Davon sei aber, insbesondere bei den Kommunen, weiter auszugehen. Trotz verbesserter Konjunktur steigen Sozialausgaben sowie der Investitionsbedarf für Straßen, Bildung und die Energiewende. Reformen, um die strukturelle Unterfinanzierung der Kommunen zu beseitigen, seien daher nach wie vor notwendig und für den Standort Deutschland und die Bürger wichtiger als Steuerentlastungen. Die vollständige Pressemitteilung des DStGB finden Sie **hier**.

Stiftungspreis „Lebendige Stadt“

Die Stiftung „Lebendige Stadt“ hat am 9. November 2011 im Rahmen ihres Kongresses „Die neue Stadt“ in Dortmund vor rund 550 Gästen ihren Stiftungspreis verliehen. Mit dem europaweiten Wettbewerb war die „unverwechselbare Stadt“ gesucht worden. Gewürdigt wurden Projekte, die Städten oder Gemeinden Identität verleihen und ein hohes Maß an Identität und Heimatgefühl stiften. Aufgrund der überzeugenden Konzepte kürte die Jury gleich zwei Sieger. Gewinner des diesjährigen Wettbewerbs waren die Gemeinde Hiddenhausen (Nordrhein-Westfalen) und die Stadt Ingelheim am Rhein (Rheinland-Pfalz). Anerkennungen gingen nach Calau (Brandenburg), Leipzig, Leutkirch im Allgäu (Baden-Württemberg) und in das polnische Posen.

Hiddenhausen bekam den Stiftungspreis für das Konzept, durch Beratungsleistungen und die Bezuschussung von Altbaugutachten den Erwerb von Altbauten zu fördern. Mit dem erfolgreichen Konzept wird die Umwandlung von Freiflächen in Siedlungsraum vermieden und die negative Wanderungsbilanz umgekehrt. Die Zusammenarbeit

von Verwaltung und Bürgern stiftet darüber hinaus ein Gefühl von Identität und Heimat.

Ingelheim am Rhein wurde für die beispielhafte Umsetzung der Balance zwischen Denkmalpflege und Stadtsanierung geehrt. Die einzigartigen Bauformen der Kaiserpfalz wurden bei einer umfassenden Stadtsanierung, bei der die Bürger an allen Planungs- und Entscheidungsprozessen beteiligt waren, betont und wieder sichtbar gemacht. Die Wohn- und Aufenthaltsqualität wurde gesteigert und die Kaiserpfalz stiftet heute ein Gefühl der Heimatverbundenheit, schärft das Geschichtsbewusstsein und ist als lebendiges Museum und Forschungsstätte eine touristische Marke geworden. Weitere Informationen zum Stiftungspreis erhalten Sie **hier**.

Deutscher Tourismuspreis 2011

Am 10. November 2011 hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) zum siebten Mal den „Deutschen Tourismuspreis 2011“ vergeben und die Preisträger im Rahmen des Deutschen Tourismustages in München geehrt. Der erste Preis ging an das Gemeinschaftsprojekt „MV-Tourist.TV – Mecklenburg-Vorpommern bewegt“ des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V. und der TV-MV GmbH & Co. KG. Im TV-Format oder online unter www.mv-tourist.tv ist jederzeit kostenlos und rechtfrei erlebbar, was das Land über das Jahr aus touristischer Sicht zu bieten hat.

Der zweite und dritte Platz gingen an die Kur- und Tourismus GmbH für das Umweltfo-



Foto: DTV

tofestival „horizonte zingst“ sowie an die Hamburg Tourismus GmbH für die Website „www.mein-hamburg.de“. Die prämierten Unternehmen konnten sich unter 89 Bewerbern durchsetzen und zeichneten sich durch besonderen Weitblick und innovative Ideen aus. Weitere Informationen zum Deutschen Tourismuspreis 2011 finden Sie **hier**.

Kultur- und Kreativwirtschaft weiter im Aufwind

Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung veranstaltete am 11. November eine Jahreskonferenz unter dem Motto „Initiativen, die bewegen – kreativ, innovativ, nachhaltig“. Ziel der Veranstaltung war es, die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft als Impulsbranche für Wirtschaft und Gesellschaft an Praxisbeispielen zu verdeutlichen. In Diskussionsrunden und bei der Vorstellung verschiedener Initiativen aus den einzelnen Bundesländern konnten sich die rund 400 Teilnehmer aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik über die bisher erreichten Fortschritte bei der

PAX bietet mehr als nur Besucherzahlen. Durch den Einsatz moderner Mess- und Datentechnologien bietet PAX eine Vielzahl von Auswertungen an, die für ganz unterschiedliche Anwendungen genutzt werden können: Standortbewertung, Performance-Controlling, Stadtplanung, POS-Marketing, Personaleinsatzplanung, Events/ Sicherheit. Besonders interessant ist PAX für das Stadtmarketing, denn durch PAX kann die Attraktivität einer Innenstadt beurteilt und nachhaltig festgestellt werden, welche Wirkung Stadtmarketingaktivitäten auf die Passantenfrequenzen haben.

Die PAX Daten werden permanent erhoben, somit stehen völlig neue Auswertungsmöglichkeiten zur Verfügung: Erstmals können Passantenfrequenzen nicht nur jährlich, sondern auch monatlich, wöchentlich, täglich oder sogar stündlich ausgewertet werden. In Zukunft wird der Handel sehr genau wissen, wie sich konkurrierende Einzugsgebiete beeinflussen. Die Städte werden wieder attraktiver und Immobilien nicht mehr deplatziert. **Hier** lesen Sie mehr über unser Fördermitglied.

Stadtmarketing Preis Baden-Württemberg 2011

Wir gratulieren unseren beiden Mitgliedern Esslingen am Neckar und Lahr, den Gewinnern des Stadtmarketing Preises Baden-Württemberg 2011. Esslingen am Neckar gewann mit dem Projekt „Der Esslinger Mittelaltermarkt und Weihnachtsmarkt“. Der Markt zählt zu den Top 10 der attraktivsten Weihnachtsmärkte bundesweit und hat in seiner Außenwirkung Leuchtturmfunktion für die Vermarktung der Stadt. Lahr wurde für das Projekt „Chrysanthema Lahr: Energiewende zur klimafreundlichen Großveranstaltung“ geehrt. Die Stadt betreibt das erfolgreiche Format seit 14 Jahren als erfolgreiches Stadtmarketinginstrument, von dem der Einzelhandel in besonderer Weise profitiert. Weiteres zum Preis finden Sie **hier**.



Foto: Esslinger Mittelaltermarkt (EST GmbH)

BID-Award 2011 verliehen

Das besondere private Engagement, mit dem sich die Stadtentwicklungsinitiative Saarbrücken-Burbach für die Stärkung ihres Standortes engagiert, würdigt die Organisation der Industrie- und Handelskammern (IHKs) mit dem „BID Award 2011“. Mit der Auszeichnung, die im Rahmen des 3. BID-Kongresses verliehen wurde, werde die vorbildliche Kooperation zwischen gewerblicher Wirtschaft und dem Stadtteil Burbach

geehrt. Der Stadt allein fehlt – wie den meisten Kommunen – seit Jahren Geld, um sich dauerhaft in den Stadtteilzentren zu engagieren. Deshalb haben die lokalen Unternehmer und Eigentümer die Initiative ergriffen und werten ihren Stadtteil auf der Basis einer BID-Initiative in den nächsten Jahren weiter auf. Weiteres zum BID-Award **hier**.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Der „Stadtmarketing Luckenwalde – Nuthe-Urstromtal e.V.“ wurde 1996 auf Initiative der damaligen Wirtschaftsförderung und einiger Einzelhändler der Stadt gegründet.



Ende 2004 trennten sich die Gemeinde Nuthe-Urstromtal und der **Stadtmarketing Luckenwalde e.V.** Seit 2005 wird das Stadtmarketing Luckenwalde von einem hauptamtlichen Geschäftsführer geleitet. Wesentliche Bestandteile der Arbeit des Vereins sind die Förderung der kulturellen Wiederbelebung der Stadt, die Förderung von Händlerkooperationen und die Stärkung der Innenstadt (z.B. durch Veranstaltungen). Finanziert wird der Verein aus dem Bund- und Länderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied finden Sie **hier**.

Wettbewerb: „Schaufenster Elektromobilität“

Im Oktober 2011 gaben Bundeswirtschaftsminister Rösler und Bundesverkehrsminister Ramsauer gemeinsam den Startschuss für die Initiative „Schaufenster Elektromobilität“. Mit dem Wettbewerb sollen regionale Demonstrations- und Pilotvorhaben gefördert werden, die innovative Elemente der Elektromobilität bündeln und international sichtbar machen. Bewerben können sich Konsortien aus Unternehmen und Wissenschaftseinrichtungen, die zusammen mit den jeweiligen Ländern, Städten und Gemeinden ein Gesamtkonzept entlang der gesamten Wertschöpfungskette entwickeln. Für das Gesamtprogramm stellt der Bund Fördermittel in Höhe von 180 Mio. Euro bereit. Die Richtlinien zur Förderung von Forschung und Entwicklung im Rahmen des „Schaufensters Elektromobilität“ finden Sie **hier**.



Foto: BMVBS

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

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 bcsd-Erfa-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd liefert weiterhin 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 Trend-report erhältlich. Der Preis richtet sich nach der Einwohnerzahl (in Tausend) Ihrer Stadt. Bestellungen und Fragen unter **Stadtmarketing@trendone.de**.

MO-MILES BELOHNEN UMWELTFREUNDLICHE MOBILITÄT

Ein Konsortium aus Designern und Umweltberatern hat ein Mobilitätskonzept vorgestellt, das Nutzern von Fortbewegungsmitteln mit geringem CO₂-Ausstoß mit Preisvorteilen bei weniger umweltfreundlichen belohnt. Verkehrsteilnehmer können zwischen verschiedenen Fortbewegungsmitteln wie Mietwagen, Straßenbahnen, Bussen und Elektro-Bikes wählen, die sie mit einer einzigen Karte bezahlen können. Die Gebühren für CO₂-lastigere Fortbewegungsmittel sinken, je mehr Mo-Miles eine Person beispielsweise durch das Benutzen eines Fahrrads mit Mo-Sender in der Innenstadt sammelt. Weiteres dazu **hier**.



FLUGZIELE VON EINHEIMISCHEN BEWORBEN



The image shows a Facebook post from KLM. At the top left is the KLM logo with a crown. Below it is a photo of a KLM airplane wing. The post text reads: "KLM now flies to 4 exciting Latin American cities: Buenos Aires, Havana, Rio de Janeiro and Punta Cana. Choose one of 4 cities and let our locals tell you all about their home town. You can also check how Latin you are! Test your knowledge... and grab your chance to win 2 KLM tickets." There are four small photos of people representing the cities: Rio de Janeiro, Havana, Punta Cana, and Buenos Aires. A large orange arrow points upwards from the text to a "Like us!" button.

Um ihre neuen Flugziele in Lateinamerika zu promoten, hat die niederländische Airline KLM auf ihrer Facebook-Seite eigens eine Unterrubrik geschaffen, in der die Einheimischen jener Orte über alles Erlebenswerte ihrer Stadt schreiben. Nutzer können zudem Fragen zu jedem der Flugziele stellen, die von den Ortsansässigen beantwortet werden. Neben

einem nicht ganz ernst gemeinten Test, wie lateinamerikanisch man sei, lässt sich auch ein Ratespiel über Südamerika absolvieren, deren Teilnehmer Tickets für die neuen Flugziele gewinnen können. Weitere Informationen [hier](#).

STADTFÜHRUNG LÄDT ZU FREMDEN EIN

Sieben Studenten der Universität Leipzig stehen hinter dem Projekt „StadtKarawane“, das Teilnehmer auf einer besonderen Stadtführung zu Ortsansässigen nach Hause bringt, um ihnen die Stadt aus einem neuen Blickwinkel zu zeigen. Wenn bisher die Sehenswürdigkeiten Leipzigs wie Oper oder Gewandhaus auf dem Plan standen, werden Touristen und jeder, der möchte, auf eine Überraschungstour beispielsweise in Werkstätten, Kunstateliers oder zu Rentnern nach Hause eingeladen. Die Macher möchten, dass ein Gespräch entsteht, und hoffen auch, dass Neuzugänge wie Studienanfänger das Gratisangebot nutzen werden. Weiteres dazu finden Sie [hier](#).



bcsd-Jobbörse

Die **Südwestfalen Agentur GmbH** mit Sitz in Olpe/Biggeseesee sucht möglichst zeitnah eine/n Regional-Marketing-ManagerIn, der/die die Agentur bei der wettbewerbsfähigen Positionierung Südwestfalens unterstützt. Die Stelle ist zunächst befristet bis zum 31.12.2014 zu besetzen. Weiteres zur Stellenausschreibung finden Sie [hier](#).

Terminkalender

8. bis 9. Dezember 2011, Internationaler Kongress „Das Erbe der Stadt – Europas Zukunft. Neue Chancen der integrierten Stadtentwicklung“, Berlin

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung lädt am 8. und 9. Dezember 2011 zum internationalen Kongress „Das Erbe der Stadt – Europas Zukunft ein. Neue Chancen der integrierten Stadtentwicklung“ nach Berlin ein. Überlegungen zu Stadt, Denkmalpflege und Kultur sollen gemeinsam mit vorbildlichen nationalen und internationalen Projekten einen europaweiten Diskurs zum baukulturellen Erbe anregen. Weiteres zur Veranstaltung finden Sie [hier](#).

20. bis 21. Januar 2012, International Place Branding Conference, Utrecht (NL)

Im Januar 2012 findet im niederländischen Utrecht eine internationale Fachkonferenz zum Thema „Place Branding“ statt. Diskutiert werden Definitionen, Konzepte und die Herkunft des Place Branding. Die Konferenz soll als Plattform für Wissenschaftler und für Leute aus der Praxis gleichermaßen fungieren und einen interdisziplinären Austausch fördern. Weitere Informationen zu dem Kongress finden Sie **hier**.

24. bis 25. April 2012, Fachmesse „Zukunft Kommune 2012“, Stuttgart

Im April 2012 findet die Fachmesse „Zukunft Kommune 2012“ in Stuttgart statt. Die Zukunft Kommune bildet als Dachmarke und Dachveranstaltung die Plattform für fachlich zugespitzte und inhaltlich vertiefende Fachmessen für den Public Sector. Das Messekonzept ist thematisch gestaffelt und inhaltlich aufeinander abgestimmt. Auf der „Zukunft Kommune 2012“ sind die Fachmessen „Public IT“, die „4. Internationale Fachmesse für Stadtplanung und öffentliche Raumgestaltung“ sowie die „public12“ mit der Sonderschau public light, die sich mit der Beleuchtung für den öffentlichen Raum befasst. Weitere Informationen zur „Zukunft Kommune 2012“ finden Sie **hier**.

13. bis 15. Mai 2012, bcsd-Frühjahrstagung zum Thema „Stadtmarketing und Tourismus“, Augsburg

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 stehendem 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. Einige der wichtigsten Vorteile eine Mitgliedschaft im bcsd e.V. hier noch einmal kurz zusammengefasst:

- Ermäßigte Teilnahme an den bcsd-Frühjahrs- und Herbsttagungen
- Ermäßigte Nutzung des bcsd-Leistungsangebots (Jobbörse, Seminare, Veröffentlichungen u.v.m.)

- Teilnahme an den Treffen der bcsd-Landesverbände
- Ausführliches Informationsangebot auf unser Homepage und durch unseren monatlichen Online-Newsletter
- 20 % Ermäßigung bei den Gebühren der GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte)
- Vergünstigtes Abonnement der Fachzeitschrift „Public Marketing“
- Reduzierte Tagessätze bei der Fachkanzlei „Rechtsanwälte Schriefers, Anwaltskontor“
- Interessenvertretung der Stadtmarketingorganisationen gegenüber den wichtigsten Einrichtungen auf der Bundes- und Landesebene
- Teilhabe an einem lebendigen Netzwerk und Erfahrungsaustausch mit Praktikern der Stadtmarketingszene

Aktiver Erfahrungsaustausch und aktuelle Meinungsbildung stärkt das Band der Mitglieder der Bundesvereinigung. Jetzt Mitglied werden! Das Anmeldeformular finden Sie **hier**.

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71 F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, info@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister München VR 15748, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzender Michael Gerber

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.