

Bekanntmachung

Die 02. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing findet am Donnerstag, den 17.12.2020 statt.

Beginn: 17:00 Uhr

Ort: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Löwenscher Saal

Die Vorgaben der aktuellen Landesverordnungen in Bezug auf die Corona-Pandemie schränken die Teilnahme der Öffentlichkeit an der Sitzung ein. Um dem Informations- und Kontrollrecht der Öffentlichkeit nach Kommunalverfassung M-V zu entsprechen, besteht die Möglichkeit der Teilhabe am öffentlichen Teil der Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing für Pressevertreter.

Sofern die Teilhabe für weitere Gäste zulässig ist, gilt diese unter folgenden Bedingungen:

- das Tragen von Mund-Nasen-Bedeckung im Rathaus ist vorgeschrieben
- die Angabe der Kontaktdaten (Name, Vorname, Anschrift, Telefonnummer) ist verpflichtend und unterliegen einer Plausibilitätsprüfung
- die Sitzplätze sind im Abstand von mindestens 1,5 Metern zueinander angeordnet
- die Teilnehmerzahl ist aufgrund der Abstandsregelung begrenzt

Weitere Einschränkungen / Änderungen bleiben vorbehalten.

Ausdrücklich erfolgt der Hinweis, dass Personen, die erkrankt sind oder Symptome einer Erkrankung (insb. Fieber, Husten) aufweisen, nicht zur Sitzung erscheinen.

Tagesordnung:

Öffentlicher Teil

- 1 Bestätigung der Tagesordnung
- 2 Bestätigung der Niederschrift der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing vom 29.10.2020
- 3 Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4 Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
 - 4.1 Beratung über das Stellenprofil der zu besetzenden Planstelle
- 5 Verschiedenes

Nichtöffentlicher Teil

- 6 Beratung zu Beschlussvorlagen
- 7 Beratung zu aktuellen Themen -keine-
- 8 Verschiedenes

Öffentlicher Teil

9 Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von
Empfehlungen aus dem nichtöffentlichen Teil

gez. Michael Liebeskind
Vorsitz

Niederschrift
der 01. Sitzung des Ausschusses für Stadtmarketing

Sitzungsdatum: Donnerstag, den 29.10.2020
Beginn: 17:00 Uhr
Ende 18:20 Uhr
Raum: Hansestadt Stralsund, Rathaus, Löwenscher Saal

Anwesend:

Vorsitzende/r

Herr Michael Liebeskind

stellv. Vorsitzende/r

Frau Christa Labouvie

Herr Michael Philippen

Mitglieder

Herr Thomas Haack

Frau Sandra Heischkel

Herr Bernd Röll

Frau M.A. Yvonne Schiwik

Herr Maximilian Schwarz

Frau Anne Zabel

Protokollführer

Frau Gaby Ely

von der Verwaltung

Herr Peter Fürst

Herr Andre Kretzschmar

Herr Stephan Latzko

Frau Lea-Sophie Müller

Gäste

Herr Volker Zeitz

Herr Jörg Mattern

Herr Andre Harnisch

Herr Stefan Suckow

Herr Jens Rademacher

Herr Torsten Grundke

Herr Stephan von der Lieth

Tagesordnung:

- 1** Bestätigung der Tagesordnung
- 2** Bestätigung der Niederschrift der 02. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses für Stadtmarke vom 12.03.2020
- 3** Beratung zu Beschlussvorlagen
- 4** Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen
 - 4.1** Darstellung der Aufgaben des Ausschuss für Stadtmarketing; Besetzung der bewilligten Planstelle
 - 4.2** Aussprache zum Thema Vitalisierung der Altstadt
- 5** Verschiedenes
- 9** Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe von Empfehlungen aus dem nichtöffentlichen Teil

zu 1 Bestätigung der Tagesordnung

Die Tagesordnung wird ohne Änderungen/Ergänzungen zur Kenntnis genommen.

Abstimmung: 9 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 0 Stimmenthaltungen

zu 2 Bestätigung der Niederschrift der 02. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses für Stadtmarke vom 12.03.2020

Die Niederschrift der 02. Sitzung des zeitweiligen Ausschusses Stadtmarke vom 12.03.2020 wird ohne Änderungen/Ergänzungen bestätigt.

Abstimmung: 6 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 3 Stimmenthaltungen

zu 3 Beratung zu Beschlussvorlagen

Es liegen keine Beschlussvorlagen zur Beratung vor.

zu 4 Stadtmarketing Stralsund mit Anhörung der Vertreter der beteiligten Institutionen

zu 4.1 Darstellung der Aufgaben des Ausschuss für Stadtmarketing; Besetzung der bewilligten Planstelle

Herr Liebeskind informiert die Ausschussmitglieder, dass u.a. über die Aufgaben des Ausschusses und über die Besetzung einer Planstelle gesprochen werden soll. Die Hauptaufgaben sind in der Hauptsatzung der Hansestadt Stralsund niedergeschrieben. Darauf bezogen könnte darüber diskutiert werden, wie Veranstaltungen geplant werden, wie man die Kaufkraft erhalten bzw. wie man die Hansestadt attraktiver machen könnte.

Herr Fürst erklärt hierzu, dass sich vor einem halben Jahr darauf geeinigt wurde, Stadtmarketing auf das Thema Sportveranstaltungen anzuwenden. Durch die jetzige Situation empfiehlt die Verwaltung, ein anderes Thema zu nutzen.

Ein Vorschlag wäre Stadtmarketing auf die Vitalisierung der Altstadt anzuwenden, besonders bezogen auf die Corona Pandemie und eventuell damit verbundene Geschäftsaufgaben. Außerdem muss sich die Hansestadt zum Thema Online-Shopping positionieren und prüfen, wie sie sich zukünftig zu dem Thema aufstellt. Mitbewerber am Rande der Altstadt werden vermutlich außerdem Einfluss auf die Umsätze in der Altstadt haben. Weiterhin merkt Herr Fürst an, dass es innerhalb des Stadtmarkenprozesses nicht gelungen ist, die Stralsunder Bürgerinnen und Bürger mitzunehmen. Der Ausschuss sollte sich Gedanken dazu machen, wie Shoppingevents in der Stadt veranstaltet werden können, da dies immer mehr an Bedeutung gewinnt. So soll auch eine größere Akzeptanz für den Stadtmarketingprozess bei der Stralsunder Bevölkerung geschaffen werden.

Frau Labouvie merkt dazu an, dass der Ausschuss zum Thema XXXLutz ebenfalls mit einbezogen hätte werden sollen. Für die Planstelle ist vor allem eine zeitnahe Einstellung wichtig, deshalb begrüßt sie es, wenn der Ausschuss heute das Profil der Stelle festlegt.

Aus ihrer Sicht wäre der Aufbau eines Portals in dem die Einzelhändler der Altstadt ihre Artikel online anbieten können, eine gute Idee. Es sollte sich um eine Plattform für ganz Stralsund handeln. Hier sollte die Stadt unterstützen.

Herr Röhl schlägt vor, einen Citymanager einzustellen ähnlich wie in Wismar. So könnten Aktivitäten in der Altstadt entwickelt werden. Er spricht sich dafür aus, die Citymanagerin von Wismar zur nächsten Sitzung einzuladen.

Herr Liebeskind betont daraufhin, dass es in diesem Ausschuss nur allein darum geht, wie man die Stadt attraktiver für Familien, Unternehmen usw. gestalten und entwickeln kann und nicht um zu entscheiden, welche Unternehmen sich ansiedeln. Kaufkraft sollte nicht nur durch den Tourismus generiert werden, sondern auch durch andere Zweige der Wirtschaft.

Herr Suckow stimmt Herrn Fürst zu, dass es in der jetzigen Situation nötig ist, den Fokus zu ändern. Marketing wird immer erforderlich sein, auch wenn die Situation sich weiter verschärfen sollte. Die Digitalisierung der Altstadt wird ein immer größeres Thema werden.

Herr Suckow betont, dass die Stadt durch den Stadtmarkenprozess und das daraus entstandene Konzept einen Werkzeugkasten an die Hand bekommen hat, mit dem es gelingen soll, sich auf einen Rahmen zu verständigen, in dem Maßnahmen umgesetzt werden. Wichtig ist eine professionelle Umsetzung durch die zu besetzende Stelle, damit die Maßnahmen auch beim Einzelhändler ankommen.

Herr Haack erklärt, dass sich von dem Gedanken einer Stadtmarke getrennt werden sollte. Auch einen Stadtmanager gab es schon mal, der von den Einzelhändlern nicht angenommen wurde. Weiterhin lag keine Bereitschaft vor, eine Kaufmannschaft zu gründen. Die Altstadt ist vital und es sollte darüber gesprochen werden, was für die gesamte Stadt getan werden muss und nicht nur für die Innenstadt.

Die Erweiterung des Strelaparks oder die Ansiedlung von XXXLutz ist nach Ansicht von Herrn Haack aber nicht im Ausschuss zu diskutieren.

Der Ausschuss muss Wege finden, wie für die Stadt das Beste erreicht werden kann.

Herr Grundke pflichtet Herrn Haack bei und erinnert daran, dass auch überlegt werden sollte, wie man Stralsund für Fachkräfte und Familien attraktiver gestalten kann. Darüber hinaus gibt Herr Grundke zum Vorschlag, die Händler selbst zu fragen, wie man Ihnen in der Situation helfen kann.

Herr Harnisch stimmt Herrn Fürst in Hinsicht auf die Idee einer neuen Ausrichtung zu. Die Vitalisierung der Altstadt wäre als erstes Projekt möglich, um es dann auf die gesamte Stadt zu erweitern. Er betont, dass es wichtig ist, das Konzept auf ein konkretes Vorhaben anzuwenden und auszuprobieren. Herr Harnisch betont, dass letztendlich aber die gesamte Stadt einbezogen werden soll. Für die Erarbeitung der Aufgaben des Stadtmanagers ist der Ausschuss zuständig.

Herr Röhl erwidert auf Herrn Haacks Ausführung, dass die Altstadt von außen her vital erscheint, jedoch ist die Anzahl an Personen in vielen Läden überschaubar. Einige Geschäfte müssen coronabedingt bald schließen und die Leerstände werden sich negativ auf Erscheinungsbild und Kundenfrequenz in der Altstadt auswirken. Herr Röhl nimmt an, dass sich die Lage in der Altstadt über den Winter verschlechtern wird.

Herr Schwarz stimmt den Ausführungen von Herrn Haack und Herrn Grundke zu. Auf Nachfrage antwortet Herr Fürst, dass es erst im Jahr 2021 möglich sein wird, die Stelle mit Beschluss eines neuen Haushalts zu besetzen.

Herr Suckow erkundigt sich, ob es Maßnahmen von Seiten der Verwaltung gibt, bei denen das Konzept bereits umgesetzt wird bzw. werden soll. Herr Fürst verneint dies und weist darauf hin, dass die Umsetzung des Konzeptes beim Ausschuss liegt und sich seiner Zeit auf die Erprobung des Konzeptes anhand eines Sportkonzeptes verständigt worden ist. Dies ist aus Sicht von Herrn Fürst der derzeitigen Lage nicht mehr angemessen. Der Ausschuss muss nun Vorschläge unterbreiten, welches Gebiet sich zur Erprobung eignet. Messen oder Ausstellungen sind von Seiten der Stadt nicht geplant.

Herr Haack schlägt vor, sich zunächst mit dem Stellenprofil zur Planstelle und den damit verbundenen Aufgaben zu befassen. Ein von der Verwaltung erarbeitetes Stellenprofil sollte vom Ausschuss befürwortet oder verändert werden.

Seiner Meinung nach muss das Thema Sport zur Erprobung noch nicht verworfen werden.

Herr Liebeskind vertritt die Meinung, dass eine mittelfristige Besetzung der Stelle bis nächstes Jahr erfolgen sollte, um den Prozess so schnell wie möglich zu starten.

Herr Grundke stimmt dem zu, solange sich um die Belange der gesamten Stadt gekümmert wird.

Herr Harnisch betont noch einmal, dass sich die Arbeit des Stadtmarketingmanagers nicht auf die Altstadt beschränken soll, es aber wichtig ist, dass die Arbeit an einem konkreten Projekt begonnen wird. Außerdem sollte der Ausschuss bei der Erarbeitung des Stellenprofils eingebunden werden.

Herr Haack gibt noch einmal zu Bedenken, dass die Stelle vor Herbst 2021 nicht besetzt sein wird und es wenig Sinn macht, alle Inhalte schon zu beschließen, obwohl die Aufgaben noch nicht festgelegt sind.

Herr Suckow resümiert, dass das entwickelte Konzept von der dafür beauftragten Agentur nur umgesetzt werden kann, wenn die Stelle besetzt wird. Andernfalls sieht er keine Möglichkeit, voranzukommen.

Herr Röhl sieht durchaus Möglichkeiten, wie der Ausschuss handeln kann. Es sollten Ideen entwickelt werden, wie die Kaufmannschaft besser zusammenarbeiten kann oder die Gestaltung der Schaufenster leerstehender Ladengeschäfte gestalten kann.

Aus Sicht von Herrn Liebeskind muss geklärt werden, was Marketing bedeutet, um die Aufgaben des Ausschusses bzw. des Stadtmanagers zusammenzufassen. Als Marketingmaßnahme zählen z. B. auch die Hafen- und die Wallensteintage, wobei diese Veranstaltungen zu organisieren auch eine Aufgabe sein könnte. Unter anderem muss man sich auch nach anderen Geldmitteln umschauen, da das Budget von 10.000€ nicht ausreichen wird.

Herr Haack wendet ein, dass die Stellenbesetzung erst im Herbst 2021 erfolgt und deshalb für dieses Jahr nicht so viel Geld benötigt wird. Zu den Themen Wallenstein- und Hafentage muss man sehen, dass man nicht in den Ausschuss für Tourismus eingreift. Herr Haack wiederholt, dass der Stadtmarkenprozess geplatzt ist, da es nicht gelungen ist, die Stralsunder Bevölkerung mitzunehmen. Der Ausschuss für Stadtmarketing sollte dem Stadtmanager Anregungen geben, aber nicht dessen Aufgaben übernehmen.

Herr Röhl erwidert, dass der Stadtmarkenprozess weiterhin eine Aufgabe des Ausschusses sein sollte, wobei die Vitalisierung der Innenstadt den Prozess durchaus fördern würde.

Auf die Frage von Frau Labouvie antwortet Herr Fürst, dass der Ausschuss durchaus den Oberbürgermeister beauftragen könnte, die Stelle schnellstmöglich zu besetzen. Außerdem können durch den Ausschuss die Aufgaben des Stelleninhabers auch mit einer Priorisierung festgelegt werden.

Herr Schwarz schlägt vor, dass die Verwaltung zur nächsten Sitzung den Entwurf einer Stellenausschreibung einreicht und die Mitglieder des Ausschusses dann darüber beraten. Da der Ausschuss selbst einen Vorschlag erarbeitet, hält Herr Schwarz nicht für zielführend.

Herr Suckow stimmt dem ebenfalls zu, merkt aber noch an, dass der Stadtmarkenprozess immer da sein wird und die Gestaltung weiterhin Aufgabe des Ausschusses sein sollte.

Herr Haack spricht sich dafür aus, zur nächsten Sitzung einen Mitarbeiter der Personalabteilung einzuladen, da dort die Stellenbeschreibungen mit allen notwendigen und wichtigen Punkten erarbeitet werden.

Auf die Anmerkung von Herrn Harnisch erklärt Herr Liebeskind, dass sich auch in den Fraktionen darüber verständigt werden sollte, welche Aufgaben das Stellenprofil beinhalten soll. In der nächsten Sitzung wird das Profil dann abgestimmt und anschließend in die Bürgerschaft eingebracht.

Herr Röhl merkt an, um die Vitalisierung der Altstadt zu erhöhen, könnte noch über die Weihnachtsbeleuchtung in Nebenstraßen gesprochen werden.

Herr Philippen erwidert daraufhin, dass es im Kulturausschuss schon abgelehnt wurde und Frau von Allwörden betreffende Anwohner bereits gefragt hat, wobei es kein Zuspruch gab.

Herr Liebeskind stimmt Herrn Philippen zu und erklärt, dass nicht alle Themen in allen Ausschüssen besprochen werden können und schlägt vor, dass an der nächsten Sitzung ein Vertreter aus der Personalabteilung teilnimmt und die Aufgaben dann bestimmt werden.

Herr Liebeskind bittet um Abstimmung und schließt den Tagesordnungspunkt.

Abstimmung: 8 Zustimmungen 0 Gegenstimmen 1 Stimmenthaltung

zu 4.2 Aussprache zum Thema Vitalisierung der Altstadt

Herr Liebeskind erklärt, dass durch die Situation ab 02.11.2020 wieder vielen Gewerbetreibenden ihre Einnahmen fehlen, weshalb sich die Frage stellt, wie die Stadt unterstützen kann.

Zunächst bittet Herr Liebeskind dazu die Verwaltung, den Link auf der Homepage der Hansestadt Stralsund „Stralsund liefert“ wieder zu aktivieren, damit sich dort die Gastronomen erneut registrieren können.

Auf die Frage von Herrn Grundke antwortet Herr Fürst, dass die Seite von den Gastronomen gut angenommen wurde und man davon ausgeht, dass die Nachfrage durch die neuen Einschränkungen wieder steigt. Eine Aktualisierung der Seite erfolgt schnellstmöglich.

Herr Fürst erklärt zur Frage von Herrn Röhl, dass er nicht sagen kann, ob mit den Plakaten „#Stralsundhältzusammen“ wieder etwas geplant ist. Ein Vorschlag wäre, wenn die Mehrheit es möchte, die Verwaltung damit zu beauftragen.

Frau Labouvie stimmt dem Vorschlag zu und merkt an, dass man auch durch Reklametafeln Infos zu Lieferdiensten usw. publizieren könnte.

Herr Harnisch ist der Meinung, dass die Wirkung solcher Tafeln sehr eingeschränkt ist, die Wirkung des Slogans „#Stralsundhältzusammen“ ist größer.

Herr Rademacher stimmt den Meinungen zum Slogan zu und meint, dass dieser noch weiter ausgebaut werden sollte. Zurzeit gibt es auch vom Land angestoßene Marketingaktionen für die Innenstädte, wo vom Handelsverband Aufkleber verteilt werden.

Herr Suckow ist ebenfalls vom Slogan „#Stralsundhältzusammen“ begeistert und erläutert, dass der Mittelstandsverein versucht hat, daraus ein Konzept zu entwickeln. Unter diesem Motto sollte dann eine Symbiose von Wirtschafts- und Kulturschaffenden entstehen.

Herr Grundke gibt zu bedenken, dass das kaum finanzierbar sein wird.

Herr Liebeskind merkt dazu an, dass ein gewisser Zeitdruck da ist, weil man nicht weiß, wie es weitergeht. Wichtig wäre, etwas für die Gastronomen zu tun, z. B. eine Aktion, wo die Stadt zusammen mit Institutionen einen Flyer entwickelt und die Gastronomen Gutscheine für die ausfallenden Weihnachtsfeiern anbieten.

Herr Grundke findet die Idee gut, meint aber, dass auch eine Initiative von den Gastronomen aus kommen könnte.

Herr Suckow vertritt die Meinung, dass weiterhin der Slogan „#Stralsundhältzusammen“ publiziert werden sollte.

Auf die Frage von Frau Labouvie erklärt Herr Fürst, dass es eine Seite gibt und jeder Händler, Gastronom oder Lieferant sich dort anmelden kann. Auf Wunsch kann diese Seite ebenfalls nochmal propagiert werden.

Herr Grundke gibt zum Vorschlag, alles über Social Media zu verbreiten und zu veröffentlichen und kein Geld in Plakate zu investieren.

Herr Rademacher plädiert ebenfalls dafür, den Slogan weiterzutragen und dafür alle Kanäle zur Informationsverbreitung zu nutzen.

Herr Liebeskind stimmt ebenfalls zu und bittet die Verwaltung, die Seite nochmal zu aktualisieren und zu publizieren.

Herr Grundke gibt zur Anmerkung, das auch über die OZ veröffentlichen zu lassen.

Auf den Einwand von Herrn Röhl erklärt Herr Schwarz, dass sich die jungen Händler schon zu einigen Institutionen zusammengeschlossen haben und es nicht nötig ist, als Ausschuss dabei einzugreifen.

Herr Liebeskind schließt den Tagesordnungspunkt.

zu 5 Verschiedenes

Auf die Frage von Frau Labouvie antwortet Herr Liebeskind, dass die nächste Sitzung am 17.12.2020 stattfindet und auch die nächsten Sitzungen durch die gute Ausstattung vorerst weiterhin stattfinden können.

Da es keinen weiteren Redebedarf im nicht öffentlichen Teil der Sitzung gibt, entfallen die weiteren Tagesordnungspunkte. Herr Liebeskind schließt die Sitzung.

gez. Michael Liebeskind
Vorsitzender

gez. Gaby Ely
Protokollführung

TOP Ö 4.1

Hansestadt Stralsund Der Oberbürgermeister	Stellenprofil	Stellen-Nr. 80.00.200	Stand 12/2020
Kurzbezeichnung der Stelle SB Stadtmarketing	Stelleninhaber/in (Name, Vorname)	Eingruppierung / Bewertung E 10 TVöD	

Aufgabenbeschreibung (für Führungskräfte gilt die Anlage zum Stellenprofil: Definition der Leitungstätigkeit)		
lfd. Nr.	Arbeitsvorgänge	Zeitanteil %
1	Konzepterarbeitung und –fortschreibung - Entwickeln von Produkten und Marketingmaßnahmen - Unterstützung bei der Konzeption digitaler Marketingstrategien - Markenführung auf Basis des vorliegenden Stadtmarkenkonzeptes - Erschließung neuer Quellmärkte und Zielgruppen - Abstimmung mit Partnern aus der HST und der Region, um gemeinsam Produkte und Marketingmaßnahmen zu entwickeln	30
2	Stärkung der Stralsund Marke - Verstetigung von funktionierenden Kooperationen und Netzwerken auf regionaler, überregionaler und internationaler Ebene - Koordinierung der Marketingaktivitäten von Behörden, Vereinen, Verbänden und Unternehmen - Optimierung des Außenmarketings/gezieltes Themenmarketing - Auswahl und Beauftragung von Agenturen zur konzeptionellen Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen sowie Budgetkontrolle	55
3	Prozesscontolling - Überprüfung der Wirksamkeit eingeleiteter Marketingmaßnahmen nach Innen und Außen	5
4	Weiterentwicklung/Anpassung der Stralsund Marke - zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Marke mit dem Ziel des nachhaltigen und qualitativen Wachstums der HST - Abstimmung des Prozesses mit zuständigem Ausschuss und SMS e.V.	10

Geforderte Ausbildung
<input type="checkbox"/> Berufsabschluss als: <input type="checkbox"/> Verwaltungsfachangestellte/r oder Angestelltenprüfung I <input type="checkbox"/> Hochschulabschluss (Diplom FH oder Bachelor) im Bereich öffentliche Verwaltung oder Verwaltungsfachwirt/in oder Angestelltenprüfung II <input checked="" type="checkbox"/> Hochschulabschluss (Diplom FH oder Bachelor) im Bereich: Marketing, Kommunikation, Business Management <input type="checkbox"/> wissenschaftlicher Hochschulabschluss (z. B. Master) im Bereich: <input checked="" type="checkbox"/> mehrjährige Berufserfahrung (Marketing und Netzwerkarbeit)
<input checked="" type="checkbox"/> oder gleichwertige Fähigkeiten und Erfahrungen

Fachliche Anforderungen und Kenntnisse

Kenntnisse im Social Media Marketing
praktischen Erfahrungen im Bereich Standortmarketing oder Unternehmensservice
sichere Anwendung von Microsoft Office und Grafikprogrammen,
Pkw - Führerschein,
gute Sprachkenntnisse in Englisch

Besondere Anforderungen

Kommunikationsfähigkeit und Moderationsfähigkeit,
Verhandlungsgeschick und Sozialkompetenz,
Organisationstalent,
Teamfähigkeit,
Belastbarkeit, Einsatzbereitschaft und Flexibilität,
Kunden- und Serviceorientierung

Aufgabenübertragung

wirksam ab:

Amtsleiter/in

Abteilungsleiter/in

Kenntnisnahme Stelleninhaber/in

Datum/Unterschrift

Datum/Unterschrift

Datum/Unterschrift

Mitzeichnung Amt 10