

Kandidat Nr. 5: Paula von Dr. Oetker



foodwatch-Kritik: Für den „Kuhflecken“-Pudding schlägt der Hersteller eine wahre Materialschlacht: Von Klingeltönen über eine iPhone-App bis Online-Karaoke zum Auswendiglernen des Paula-Kinder-Raps aus dem Werbespot. Höhepunkt: Internetspiele wie die „Flecken-Jagd“, bei der virtuelle Paulas so viele Puddings wie möglich einsammeln sollen. Zur Erinnerung: Kinder essen bereits doppelt so viele Süßigkeiten wie von Ernährungsexperten empfohlen.

- Website mit Online-Spielen wie der „Flecken-Jagd“, bei der es Punkte für jeden eingesammelten Pudding gibt²⁵
- Comicfiguren, Gewinnspiele²⁶, Sammelaktionen auf der Verpackung²⁷
- TV-Spot mit eigens kreiertem „Paula-Rap“²⁸
- Durch Online-Karaoke wird zum Nachsingen des Paula-Rap animiert.²⁹
- Angeblich positive ernährungsphysiologische Eigenschaften (zum Beispiel durch die Zutat Milch) werden auf der „Paula“-Webseite erläutert und der Pudding als „kindgerecht“ herausgestellt.³⁰

Zutaten:

85 % Vollmilch, Invertzuckersirup, Zucker, modifizierte Stärke, 0,6 % fettarmes Kakaopulver, Magermilchpulver, Verdickungsmittel (Carrageen), Aroma, Salz, Farbstoff (Carotin), Stabilisator (Natriumcarbonate)

Nährwerte je 100g:

Brennwert 111kcal
Eiweiß 3,0g
Kohlenhydrate 15,7g
- davon Zucker 13,0g
Fett 3,9g
- davon ges. Fettsäuren 2,5g
Ballaststoffe 0,2g
Natrium 0,07g
Salz 0,18g*

*aus dem Natriumwert berechnet, Faktor 2,54

²⁵ <http://paula-welt.de/main/> (Siehe Rubrik „Spiel und Spaß -> Spiele“)

²⁶ <http://www.superrtl.de/Infosf%C3%BCrP%C3%A4dagogentabid/1109/Default.aspx>

²⁷ http://www.paula.mu/de/pop_up/sammelbesteck2013/sogehts.php

²⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=isilzcdEPnA>

²⁹ <http://www.paula-welt.de/main/> (siehe Rubrik „Spiel und Spaß -> Aktivitäten“)

³⁰ <http://www.paula-welt.de/main/> (siehe Rubrik „Eltern und Lehrer -> Puddinginfo für ‚kühle‘ Eltern“)

Oliver Huizinga (foodwatch)

Von: Oliver Huizinga (foodwatch)
Gesendet: Mittwoch, 17. April 2013 10:33
An: 'Christina.Krumpoch@oetker.de'
Betreff: AW: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrte Frau Krumpoch,

vielen Dank für Ihre E-Mail.

„Paula“ ist als süßer Snack/Dessert zu bewerten (Kriterien des aid-Infodienstes; siehe auch [foodwatch-Marktcheck Kinderlebensmittel](#)). Aus unserer Sicht sollten unausgewogene Lebensmittel nicht direkt an Kinder vermarktet werden (siehe [foodwatch-Report „Kinder kaufen“](#)).

Sie betreiben für „Paula“ vielfältige Marketing-Maßnahmen, die direkt an Kinder gerichtet sind (z.B. TV-Werbung, Comics und Sammel-Coupons auf der Verpackung, Online-Spiele, iPhone-App oder bis zuletzt auch Schulmaterial mit Markenlogos). Mit dieser Werbemasche für einen Schokopudding tragen Sie aus unserer Sicht maßgebliche Mitverantwortung für die Fehlernährung von Kindern, die etwa doppelt so viele Süßigkeiten verzehren wie Ernährungsexperten empfehlen.

Mit freundlichen Grüßen,
Oliver Huizinga

Von: Christina.Krumpoch@oetker.de [<mailto:Christina.Krumpoch@oetker.de>]
Gesendet: Mittwoch, 17. April 2013 09:56
An: Oliver Huizinga (foodwatch)
Cc: joerg.schillinger@oetker.de; Claudia.Koalenzki@oetker.de
Betreff: AW: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrter Herr Huizinga,

vielen Dank für die Benachrichtigung.
Würden Sie uns bitte die konkreten Gründe zukommen lassen.

Vielen Dank.

Mit freundlichen Grüßen

Christina Krumpoch

Leiterin Marken- und Produkt-PR
Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Gesellschaftssitz: Bielefeld
Registergericht: Amtsgericht Bielefeld HRA 14203

Tel.: +49 (0) 521 155 2656
Fax: +49 (0) 521 15511-2656
e-mail: christina.krumpoch@oetker.de
P.S. please visit our homepage:
<http://www.oetker.de>

Gesellschaftssitz: Bielefeld
Handelsregister: Amtsgericht Bielefeld HRA 8242

Von: Oliver Huizinga (foodwatch) [<mailto:Oliver.Huizinga@foodwatch.de>]
Gesendet: Dienstag, 16. April 2013 17:16
An: Koalenzki, Claudia
Cc: Schillinger, Joerg; Krumpoch, Christina
Betreff: AW: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrte Frau Koalenzki,

wir möchten Sie davon in Kenntnis setzen, dass Ihr Produkt Paula für die Wahl zum Goldenen Windbeutel 2013 nominiert ist.

Die Wahl zur dreitesten Werbemasche des Jahres, an der alle Verbraucher teilnehmen können, findet auf der Internetseite www.goldener-windbeutel.de statt, beginnt am 18. April 2013 und endet am 15. Mai 2013. Der Gewinner wird auf www.goldener-windbeutel.de bekannt gegeben. Sie sind nominiert, da Sie ein unausgewogenes Produkt mit hohem Zuckergehalt ausdrücklich an Kinder vermarkten.

Sollten die Verbraucher Ihr Produkt zur Werbemasche des Jahres wählen, werden wir Ihnen den Preis voraussichtlich am 16. Mai zwischen 10.00 und 16.00 Uhr persönlich an Ihrem Firmensitz überreichen.

Mit freundlichen Grüßen
Oliver Huizinga

Von: Claudia.Koalenzki@oetker.de [<mailto:Claudia.Koalenzki@oetker.de>]
Gesendet: Freitag, 5. April 2013 13:51
An: 'Oliver.Huizinga@foodwatch.de'
Cc: joerg.schillinger@oetker.de; Christina.Krumpoch@oetker.de
Betreff: WG: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrter Herr Huizinga,

mein Kollege Herr Loges hat mich eben kontaktiert und mir Ihre Anfrage mitgeteilt.

Mein u.a. letzter Satz war so gemeint, dass wir die Lernmaterialien (siehe auf Paula-Welt.de Rubrik „Eltern und Lehrer“) schon jetzt nicht mehr herausgeben. Wir können aber nicht ausschließen, dass möglicherweise noch derartige Unterlagen im Umlauf sind oder irgendjemand sich einmal Kopien hiervon angefertigt hat; Anfragen hierzu haben wir keine.

Freundliche Grüße
Claudia Koalenzki

PR-Referentin
Tiefkühlkost / Frische

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
Marken- und Produkt-PR
Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Gesellschaftssitz: Bielefeld
Registergericht: Amtsgericht Bielefeld HRA 14203

Phone: +49 (0) 521 155-3374
Fax: +49 (0) 521 155-11-3374
E-Mail: claudia.koalenzki@oetker.de
P.S.: please visit our homepage:
<http://www.oetker.de>

Gesellschaftssitz: Bielefeld
Handelsregister: Amtsgericht Bielefeld HRA 8242

Von: Koalenzki, Claudia
Gesendet: Donnerstag, 4. April 2013 17:45
An: 'Oliver.Huizinga@foodwatch.de'
Cc: Schillinger, Joerg; Krumpoch, Christina
Betreff: AW: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrter Herr Huizinga,

wie in unserer Mail vom 28. März beschrieben, wird die Webseite www.paula-welt.de derzeit überarbeitet und voraussichtlich Mitte des Jahres online gehen. Wir befinden uns in der Konzeptionsphase und somit sind die detaillierten Inhalte sowie der konkrete Zeitpunkt, ab wann die Seite online gehen wird, noch nicht final. Zu einem späteren Zeitpunkt können wir sicher mehr sagen.

Was wir Ihnen bereits mitteilen können, ist, dass die Lernunterlagen nicht auf der neuen Homepage verfügbar sein werden; hieran bestand nur wenig Interesse. Auf anderen Wegen geben wir sie nicht aktiv aus.

Freundliche Grüße
Claudia Koalenzki

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
Marken- und Produkt-PR
Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Gesellschaftssitz: Bielefeld
Registergericht: Amtsgericht Bielefeld HRA 14203

Phone: +49 (0) 521 155-3374
Fax: +49 (0) 521 155-11-3374
E-Mail: claudia.koalenzki@oetker.de
P.S.: please visit our homepage:
<http://www.oetker.de>

Gesellschaftssitz: Bielefeld
Handelsregister: Amtsgericht Bielefeld HRA 8242

Von: Oliver Huizinga (foodwatch) [<mailto:Oliver.Huizinga@foodwatch.de>]
Gesendet: Dienstag, 2. April 2013 12:57
An: Koalenzki, Claudia
Cc: Schillinger, Joerg; Krumpoch, Christina
Betreff: AW: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrte Frau Koalenzki,

vielen Dank für das kurze Telefonat. Gerne sende ich Ihnen – in Vertretung von Frau Krumpoch – unsere Nachfragen zu Ihrem Schreiben vom 28.03.2013 zum „Paula“-Pudding. Wir bitten um Antwort bis Donnerstag, den 4. April 2013.

Sie schreiben, die Webseite www.paula-welt.de werde „derzeit neu konzipiert“. Auf der überarbeiteten Version sollen keine Schulmaterialien mehr „bereitgestellt werden“. Der Relaunch sei für „Mitte des Jahres 2013“ vorgesehen. Dazu haben wir folgende Nachfragen:

1. Wann genau wird die überarbeitete Webseite online gehen?
2. Welche Bereiche sind von der Überarbeitung der Webseite betroffen und inwiefern ist dies in eine geänderte Produktkommunikation insgesamt eingebettet?
3. Werden Sie nach wie vor an Kinder gerichtete Online-Spiele (wie z.B. „Flecken-Jagd“, „Super Party“, iPhone-App etc.) oder Merchandise (wie z.B. Stundenplan, Türhänger etc.) anbieten?
4. Wird der Paula-Song auch in Zukunft das „Audio-Branding“ bestimmen und werden Sie auch in Zukunft durch Online-Karaoke oder ähnliche Maßnahmen Kinder zum Nachsingen des Songs animieren?
5. Wird das Paula-Schulmaterial künftig überhaupt nicht mehr verbreitet? Falls ja, aus welchem Grund und ab welchem Zeitpunkt genau? Falls nein, auf welchen Wegen wird das Paula-Schulmaterial in Zukunft verfügbar sein?

Vielen Dank und mit freundlichen Grüßen,
Oliver Huizinga

Werbelügen entlarvt: <http://www.abgespeist.de>

foodwatch auf facebook: <http://www.facebook.com/foodwatch>

foodwatch twittert: http://www.twitter.com/foodwatch_de

oliver huizinga
kampagnen

foodwatch e.v.
brunnenstr. 181
10119 berlin
germany

fon: +49 (0)30 / 240 476-22

fax: +49 (0)30 / 240 476-26

e-mail: oliver.huizinga@foodwatch.de

internet: www.foodwatch.de

Eingetragener Verein, Sitz Berlin VR 21908 Nz AG Charlottenburg,
Geschäftsführer: Dr. Thilo Bode

Von: Christina.Krumpoch@oetker.de [mailto:Christina.Krumpoch@oetker.de]

Gesendet: Donnerstag, 28. März 2013 17:29

An: Oliver Huizinga (foodwatch)

Cc: joerg.schillinger@oetker.de

Betreff: WG: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrter Herr Huizinga,

vielen Dank für Ihre Anfrage zu Paula, die wir Ihnen gerne beantworten:

1. Wann haben Sie Paula auf dem deutschen Markt eingeführt, welchen Umsatz erzielen Sie mit den Produkten, welche Zielgruppe möchten Sie damit ansprechen?

Paula-Pudding wurde im Jahr 2006 in den Deutschen Handel eingeführt und entwickelt sich seitdem sehr ordentlich. Konkrete Angaben zum Sortiments-Umsatz geben wir generell nicht bekannt.

Paula-Pudding ist ein Produkt für die ganze Familie. Zielgruppen sind damit sowohl die Haushaltsführenden, die den Einkauf übernehmen, als auch die Kinder. Paula Pudding gibt es in unterschiedlichen Sorten und Größen, um ein möglichst breites Angebot zu schaffen, aus dem die Verbraucher ihren individuellen Vorlieben und Bedürfnissen entsprechend auswählen können.

2. Weshalb setzen Sie bei einigen Sorten Carrageen zu, obwohl es Hinweise darauf gibt, dass Carrageen die Ausbreitung von Magengeschwüren sowie Brustkrebs fördern könnte?

Zum Einsatz von Carrageen:

Carrageen ist als Gelier- und Dickungsmittel ein wichtiger Rezepturbestandteil in vielen Produkten. Die besonderen Eigenschaften des Carrageens haben einen entscheidenden Einfluss auf die Konsistenz des Endprodukts.

Carrageen beeinflusst damit die sensorischen Eigenschaften der Endprodukte. Denn die Konsistenz eines Produktes wirkt sich sowohl auf das Mundgefühl als auch auf das Aussehen aus. In Bezug auf das Mundgefühl unterscheidet sich die Wirkung von Carrageen deutlich von der Wirkung anderer Verdickungsmittel. Hier genügt bereits eine sehr geringe Dosierung, um ein vollmundiges und glattes Mundgefühl zu erreichen.

Bezüglich des Aussehens bietet Carrageen eine optimale Stabilität. Diese ist eine Grundvoraussetzung für Produkte, die auch optisch den hohen Qualitätsansprüchen der Verbraucher entsprechen.

Zum Vorwurf Carrageen hätte gesundheitsschädigende Eigenschaften:

Der Zusatzstoff Carrageen ist in der EU zugelassen und sowohl von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit EFSA als auch vom Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) als unbedenklich eingestuft worden.

Hintergrund: Für Lebensmittel sind ausschließlich Carrageen-Sorten mit *größerem Molekulargewicht* zugelassen.

Wissenschaftliche Studien und Nachweise, dass diese *großmolekularen* Carrageene, die im Nahrungsmittelbereich eingesetzt werden, gesundheitsschädlich sind, existieren nicht.

Vielmehr handelt es sich hier um Carrageen-Sorten mit kleinerem Molekulargewicht, die für den Einsatz in Nahrungsmitteln jedoch gar nicht zugelassen und damit auch nicht verwendet werden dürfen.

Ihre Frage und der Zusammenhang, den Sie damit implizieren, sind demnach nicht richtig.

3. Woraus stellen Sie die „Aromen“ her, die bei den Paula-Puddings zum Einsatz kommen?

Bei den eingesetzten Aromastoffen in Paula Pudding handelt sich z.B. um Sahne-Vanillearoma, Karamellaroma, Haselnussaroma, Sahnearoma und natürliches Bourbon-Vanillearoma.

Eine Unterscheidung zwischen natürlichen und synthetisch gewonnenen Aromastoffen wird in der Zutatenliste nicht vorgenommen, sie werden alle als „Aroma“ gekennzeichnet.

Zudem werden Paula-Sorten mit Vanille als „PAULA Vanillegeschmack“ deklariert. Die Paula mit Haselnussaroma wird als „PAULA Milchcreme mit Schoko-Haselnussgeschmack“ deklariert.

4. Auf Ihrer Webseite www.paula-welt.de bezeichnen Sie das Produkt als „kindgerecht“. Was genau verstehen Sie unter diesem Begriff? Inwiefern berücksichtigen Sie auch die ernährungsphysiologischen Bedürfnisse von Kindern?

Unter dem Begriff „kindgerecht“ verstehen wir, dass das Produkt-Konzept von PAULA Pudding entsprechend der Bedürfnisse von Kindern entwickelt wurde. Paula wird sowohl in bei Kindern beliebten Sorten, als auch in für Kinder geeigneten Portionsgrößen angeboten. Zudem ist die Flecken-Optik des Puddings bei Kindern sehr beliebt.

Ernährungsphysiologisch gesehen unterscheidet sich Paula kaum von einem herkömmlichen Pudding, der für Kinder nach Rezept Zuhause zubereitet wird, wie Ihnen folgende Gegenüberstellung am Beispiel Zuckergehalt veranschaulichen wird:

PAULA Pudding Vanille-Geschmack mit Schokoflecken enthält 16,3 g Zucker pro Becher (125 g). Der auf der Verpackung angegebene Zuckeranteil setzt sich jedoch nicht aus purem Haushaltszucker zusammen. Dieser macht in Wahrheit einen Anteil von 11,1 g aus. Der verbleibende Anteil von 5,2 g ist Milchsüßholz, der natürlicherweise in Milch enthalten ist.

Zum Vergleich: Ein selbst gekochter Vanillepudding (Rezept für 4 Portionen: 500 ml Milch, 50 g Speisestärke, 50 g Zucker, 1 Ei, Vanilleschote) enthält 9,3 g Haushaltszucker pro 125 g Pudding. Das sind gerade mal 1,8 g weniger als in Paula Pudding und entspricht etwa einem Drittel Teelöffel Zucker. Das ist aus unserer Sicht zu vernachlässigen.

Selbiges gilt für Fett-, Eiweiß- sowie Vitamin- und Mineralstoffgehalt des Puddings.

5. Aus welchem Grund stellen Sie auf Ihrer Webseite Schulmaterialien bereit?

Die Seite www.paula-welt.de wird derzeit neu konzipiert und überarbeitet. Auf der überarbeiteten Version werden keine Schulmaterialien mehr bereitgestellt. Der Relaunch ist für Mitte des Jahres 2013 vorgesehen.

6. Auf der Verpackung loben Sie „Mit dem Besten aus der Milch“ aus. Was wollen Sie den Eltern damit vermitteln?

Dieser Hinweis wird seit 1. März 2013 nicht mehr auf den Verpackungen von Paula-Pudding eingesetzt. Es ist allerdings für eine gewisse Übergangsphase möglich, dass noch Verpackungen mit der Auslobung im Handel verfügbar sind.

Auf den Produkt-Seiten für Paula unter www.oetker.de wurde der Hinweis ebenfalls entfernt. Die Seite www.paula-welt.de wird wie oben erwähnt derzeit neu konzipiert und überarbeitet. Auch hier wird nach dem Relaunch der Hinweis nicht mehr eingesetzt.

7. Nachweislich verzehren Kinder in Deutschland deutlich mehr Süßigkeiten als einhellige Ernährungsempfehlungen vorsehen. Paula ist aufgrund des Zuckergehalts als Süßigkeit einzuordnen. Warum vermarkten Sie Paula dennoch an Kinder?

Bei Paula Pudding handelt es sich weder um besonders zucker- noch um ein besonders fetthaltiges Produkt, sondern vielmehr um einen Pudding, der im Rahmen einer vielseitigen und ausgewogenen Ernährung mit ausreichender Bewegung selbst bei täglichem Genuss nicht zu Übergewicht bzw. Fettleibigkeit führt.

Die Gegenüberstellung unter Frage 4 veranschaulicht dies.

Insgesamt möchten wir ausdrücklich betonen, dass es nicht einzelne Lebensmittel oder Lebensmittelgruppen sind, die zu Adipositas führen. Vielmehr hat jedes Lebensmittel im Rahmen einer ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung seine Berechtigung und seinen Platz.

Mit freundlichen Grüßen

Christina Krumpoch

Leiterin Marken- und Produkt-PR
Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Gesellschaftssitz: Bielefeld
Registergericht: Amtsgericht Bielefeld HRA 14203

Tel.: +49 (0) 521 155 2656
Fax: +49 (0) 521 15511-2656
e-mail: christina.krumpoch@oetker.de
P.S. please visit our homepage:
<http://www.oetker.de>

Gesellschaftssitz: Bielefeld
Handelsregister: Amtsgericht Bielefeld HRA 8242

Von: Oliver Huizinga (foodwatch) [<mailto:Oliver.Huizinga@foodwatch.de>]
Gesendet: Donnerstag, 21. März 2013 15:16
An: Schillinger, Joerg
Betreff: Anfrage zu "Paula"

Sehr geehrter Herr Schillinger,

wir haben einige Fragen zu Ihrem Pudding „Paula“.

- Wann haben Sie Paula auf dem deutschen Markt eingeführt, welchen Umsatz erzielen Sie mit den Produkten, welche Zielgruppe möchten Sie damit ansprechen?
- Weshalb setzen Sie bei einigen Sorten Carrageen zu, obwohl es Hinweise darauf gibt, dass Carrageen die Ausbreitung von Magengeschwüren sowie Brustkrebs fördern könnte?
- Woraus stellen Sie die „Aromen“ her, die bei den Paula-Puddings zum Einsatz kommen?
- Auf Ihrer Webseite www.paula-welt.de bezeichnen Sie das Produkt als „kindgerecht“. Was genau verstehen Sie unter diesem Begriff? Inwiefern berücksichtigen Sie auch die ernährungsphysiologischen Bedürfnisse von Kindern?
- Aus welchem Grund stellen Sie auf Ihrer Webseite Schulmaterialien bereit?
- Auf der Verpackung loben Sie „Mit dem Besten aus der Milch“ aus. Was wollen Sie den Eltern damit vermitteln?
- Nachweislich verzehren Kinder in Deutschland deutlich mehr Süßigkeiten als einhellige Ernährungsempfehlungen vorsehen. Paula ist aufgrund des Zuckergehalts als Süßigkeit einzuordnen. Warum vermarkten Sie Paula dennoch an Kinder?

Über Beantwortung bis zum 29.03.2013 würden wir uns freuen.

Mit freundlichen Grüßen
Oliver Huizinga

Werbelügen entlarvt: <http://www.abgespeist.de>

foodwatch auf facebook: <http://www.facebook.com/foodwatch>

foodwatch twittert: http://www.twitter.com/foodwatch_de

oliver huizinga
kampagnen

foodwatch e.v.
brunnenstr. 181
10119 berlin
germany
fon: +49 (0)30 / 240 476-22
fax: +49 (0)30 / 240 476-26
e-mail: oliver.huizinga@foodwatch.de

internet: www.foodwatch.de

Eingetragener Verein, Sitz Berlin VR 21908 Nz AG Charlottenburg,
Geschäftsführer: Dr. Thilo Bode

*Der Umwelt zuliebe: E-Mails und Anhänge nur ausdrucken, wenn unbedingt nötig.
Save paper - print e-mails and attachments only when absolutely necessary.*

Diese E-Mail kann Informationen enthalten, die vertraulich sind und/oder dem Berufsgeheimnis unterfallen. Diese Information ist nur für den Gebrauch durch die in dieser E-Mail benannte Person oder Rechtseinheit bestimmt. Jede(r) unautorisierte Durchsicht, Gebrauch, Verwendung, Offenlegung oder Verbreitung ist verboten. Falls Sie nicht der beabsichtigte Empfänger sind, bitten wir Sie, den Absender durch Antwort E-Mail zu benachrichtigen und die empfangene E-Mail dauerhaft zu löschen sowie alle Kopien hiervon zu vernichten. Vielen Dank. Da über das Internet versandte E-Mails während des Übermittlungsprozesses leicht verfälscht und/oder unter fremden Namen erstellt werden können, übernehmen wir keine Verantwortung für den Inhalt der E-Mail oder der Anhänge und folglich kann der Inhalt der E-Mails kein rechtlich bindendes Angebot und keine rechtlich bindende Annahme eines Angebots begründen sofern nicht ausdrücklich schriftlich anders vereinbart. Diese E-Mail dient ausschließlich dem Informationsaustausch. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Wir unternehmen alle Anstrengungen, um unser Netzwerk von Viren freizuhalten. Dennoch sollten Sie diese E-Mail und seine Anhänge auf Viren überprüfen, da wir keine Verantwortung für Computerviren übernehmen, die durch diese E-Mail unbeabsichtigt übermittelt werden könnten.

This e-mail may contain information that is confidential and/or privileged. This information is intended only for the use of the individual or entity named in this e-mail. Any unauthorized review, use, disclosure or distribution is prohibited. If you are not the intended recipient, please immediately contact the sender by reply e-mail and permanently delete the original message and destroy all copies thereof. Thank you. We do not enter into binding agreements via email absent express written consent. As any e-mail sent over the internet can be improperly altered electronically during the process of transmission or be sent under the name of a third person, we assume no responsibility for the content of the e-mail or any of its attachments and, consequently, the content of this e-mail shall not constitute a legally binding offer or acceptance of an offer, unless otherwise agreed in writing. This e-mail is only intended to exchange information. Our standard terms and conditions are applicable. We make every effort to keep our network free from viruses. However, you do need to scan this e-mail and any attachments to it for viruses as we can take no responsibility for any computer virus which might be transferred by way of this e-mail unintentionally.

*Der Umwelt zuliebe: E-Mails und Anhänge nur ausdrucken, wenn unbedingt nötig.
Save paper - print e-mails and attachments only when absolutely necessary.*

Diese E-Mail kann Informationen enthalten, die vertraulich sind und/oder dem Berufsgeheimnis unterfallen. Diese Information ist nur für den Gebrauch durch die in dieser E-Mail benannte Person oder Rechtseinheit bestimmt. Jede(r) unautorisierte Durchsicht, Gebrauch, Verwendung, Offenlegung oder Verbreitung ist verboten. Falls Sie nicht der beabsichtigte Empfänger sind, bitten wir Sie, den Absender durch Antwort E-Mail zu benachrichtigen und die empfangene E-Mail dauerhaft zu löschen sowie alle Kopien hiervon zu vernichten. Vielen Dank. Da über das Internet versandte E-Mails während des Übermittlungsprozesses leicht verfälscht und/oder unter fremden Namen erstellt werden können, übernehmen wir keine Verantwortung für den Inhalt der E-Mail oder der Anhänge und folglich kann der Inhalt der E-Mails kein rechtlich bindendes Angebot und keine rechtlich bindende Annahme eines Angebots begründen sofern nicht ausdrücklich schriftlich anders vereinbart. Diese E-Mail dient ausschließlich dem Informationsaustausch. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Wir unternehmen alle Anstrengungen, um unser Netzwerk von Viren freizuhalten. Dennoch sollten Sie diese E-Mail und seine Anhänge auf Viren überprüfen, da wir keine Verantwortung für Computerviren übernehmen, die durch diese E-Mail unbeabsichtigt übermittelt werden könnten.

This e-mail may contain information that is confidential and/or privileged. This information is intended only for the use of the individual or entity named in this e-mail. Any unauthorized review, use, disclosure or distribution is prohibited. If you are not the intended recipient, please immediately contact the sender by reply e-mail and permanently delete the original message and destroy all copies thereof. Thank you. We do not enter into binding agreements via email absent express written consent. As any e-mail sent over the internet can be improperly altered electronically during the process of transmission or be sent under the name of a third person, we assume no responsibility for the content of the e-mail or any of its attachments and, consequently, the content of this e-mail shall not constitute a

legally binding offer or acceptance of an offer, unless otherwise agreed in writing. This e-mail is only intended to exchange information. Our standard terms and conditions are applicable. We make every effort to keep our network free from viruses. However, you do need to scan this e-mail and any attachments to it for viruses as we can take no responsibility for any computer virus which might be transferred by way of this e-mail unintentionally.

*Der Umwelt zuliebe: E-Mails und Anhänge nur ausdrucken, wenn unbedingt nötig.
Save paper - print e-mails and attachments only when absolutely necessary.*

Diese E-Mail kann Informationen enthalten, die vertraulich sind und/oder dem Berufsgeheimnis unterfallen. Diese Information ist nur für den Gebrauch durch die in dieser E-Mail benannte Person oder Rechtseinheit bestimmt. Jede(r) unautorisierte Durchsicht, Gebrauch, Verwendung, Offenlegung oder Verbreitung ist verboten. Falls Sie nicht der beabsichtigte Empfänger sind, bitten wir Sie, den Absender durch Antwort E-Mail zu benachrichtigen und die empfangene E-Mail dauerhaft zu löschen sowie alle Kopien hiervon zu vernichten. Vielen Dank. Da über das Internet versandte E-Mails während des Übermittlungsprozesses leicht verfälscht und/oder unter fremden Namen erstellt werden können, übernehmen wir keine Verantwortung für den Inhalt der E-Mail oder der Anhänge und folglich kann der Inhalt der E-Mails kein rechtlich bindendes Angebot und keine rechtlich bindende Annahme eines Angebots begründen sofern nicht ausdrücklich schriftlich anders vereinbart. Diese E-Mail dient ausschließlich dem Informationsaustausch. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Wir unternehmen alle Anstrengungen, um unser Netzwerk von Viren freizuhalten. Dennoch sollten Sie diese E-Mail und seine Anhänge auf Viren überprüfen, da wir keine Verantwortung für Computerviren übernehmen, die durch diese E-Mail unbeabsichtigt übermittelt werden könnten.

This e-mail may contain information that is confidential and/or privileged. This information is intended only for the use of the individual or entity named in this e-mail. Any unauthorized review, use, disclosure or distribution is prohibited. If you are not the intended recipient, please immediately contact the sender by reply e-mail and permanently delete the original message and destroy all copies thereof. Thank you. We do not enter into binding agreements via email absent express written consent. As any e-mail sent over the internet can be improperly altered electronically during the process of transmission or be sent under the name of a third person, we assume no responsibility for the content of the e-mail or any of its attachments and, consequently, the content of this e-mail shall not constitute a legally binding offer or acceptance of an offer, unless otherwise agreed in writing. This e-mail is only intended to exchange information. Our standard terms and conditions are applicable. We make every effort to keep our network free from viruses. However, you do need to scan this e-mail and any attachments to it for viruses as we can take no responsibility for any computer virus which might be transferred by way of this e-mail unintentionally.