



8.

Anhang

8.1. Teilnahmebedingungen

Der Wettbewerb wendet sich an volljährige Personen, die ihren Wohnsitz in den Staaten der Europäischen Gemeinschaft haben und beabsichtigen, in Mecklenburg-Vorpommern eine Vollexistenz zu gründen. Teilnehmer können beispielsweise Schüler, Auszubildende, Studenten, Arbeitnehmer, Hochschulabsolventen sein.

Ausdrücklich erwünscht ist die Bewerbung von Gründerteams, egal aus welcher Branche. Der Teilnehmer darf jedoch mit der Geschäftsidee seines eingereichten Businessplanes in keinem anderen Wettbewerb aus öffentlichen Mitteln prämiert worden sein. Der Gründer hat sein Gewerbe zum Abgabetermin noch nicht angemeldet und keine Verträge geschlossen.

Wer diese Voraussetzungen erfüllt und am Wettbewerb teilnehmen möchte, reicht seinen Geschäftsplan für jede Stufe termingerecht (Datum des Poststempels bzw. persönliche Abgabe im Wettbewerbsbüro) ein. Für die Stufe 1 sind die Unterlagen in 3-facher und für die Stufe 2 in 6-facher Ausfertigung abzugeben. Der Businessplan ist in deutscher Sprache zu verfassen. Jeder Teilnehmer hat sich an die Vorgaben des Handbuchs hinsichtlich Gliederung, Leitfragen und Umfang zu halten.

Zu verwenden ist die Schriftgröße 10. Die Anmeldung ist für **jede teilnehmende Person** einmal ausgefüllt beizufügen.

In Zweifelsfällen entscheidet das Wettbewerbsbüro über die Zulassung. Der Wettbewerbseinstieg ist für Teilnehmer sowohl in der Stufe 1 als auch in der Stufe 2 möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Der Wettbewerb wird öffentlich geführt. Die für Preise nominierten Einreicher sind damit einverstanden, dass die Organisatoren des Wettbewerbs Angaben zur Person und die autorisierte Kurzdarstellung der eingereichten Geschäftsidee an die Medien weitergeben.

Die Preisträger stehen den Redakteuren des Portals **www.gruender-mv.de** ein Jahr quartalsweise für die Berichterstattung zur Verfügung. Sofern nicht zwingend wettbewerbliche Gründe dagegen sprechen, wird auch eine gewisse Offenheit hinsichtlich der Geschäftszahlen erwartet. Neben Informationen in Textform können auch Fotos, Videos und Radiobeiträge über das Internet veröffentlicht werden.

Hinsichtlich der Richtigkeit der Wettbewerbsunterlagen sowie der Aussagen von Gutachtern, Juroren und anderen am Wettbewerb beteiligten Personen wird keine Haftung übernommen. Alle an der Wettbewerbsführung und Auswertung beteiligten Personen verpflichten sich mit einer schriftlichen Erklärung zur Verschwiegenheit im Hinblick auf vertrauliche Informationen, von denen sie Kenntnis erlangen. Außerdem sind diese Personen von der Wettbewerbsteilnahme ausgeschlossen.

Achtung!



Alle Preisgelder sind zweckgebunden zu verwenden. Das heißt, sie dürfen nur für die Umsetzung des in diesem Wettbewerb eingereichten Geschäftsplanes ausgegeben werden. Nachweise sind in Form von Rechnungen und dazugehörigen Kontowertstellungen zu erbringen.



8.2. Anmeldung MVwin Businessplan-Wettbewerb

(Bitte in Druckschrift ausfüllen.)

Angaben zur Person:

Name, Vorname

Geburtsdatum

Straße

PLZ Ort

Land/Bundesland

Unter welcher Telefonnr. sind Sie gut erreichbar?

E-Mail

Meine derzeitige Situation:

■ Ich beende meine Ausbildung im Jahre -----

als -----

■ Ich bin seit ----- Jahr(en) berufstätig

als -----

■ Ich bin bereits ----- Jahr(e) selbstständig tätig

als -----

■ Ich bin seit ----- ohne Beschäftigung

Monat/Jahr

Das Unternehmen würde ich:

- alleine gründen
- mit einem Team gründen (dann für jedes Teammitglied ein Anmeldeformular einreichen)

Geschäftsidee

(autorisierte Kurzdarstellung für die Öffentlichkeitsarbeit)

■ Investitionsumfang*

■ Finanzierungsbedarf*

■ Umsatzerwartung* Jahr 1 Jahr 2 Jahr 3

■ Mitarbeiter* Jahr 1 Jahr 2 Jahr 3

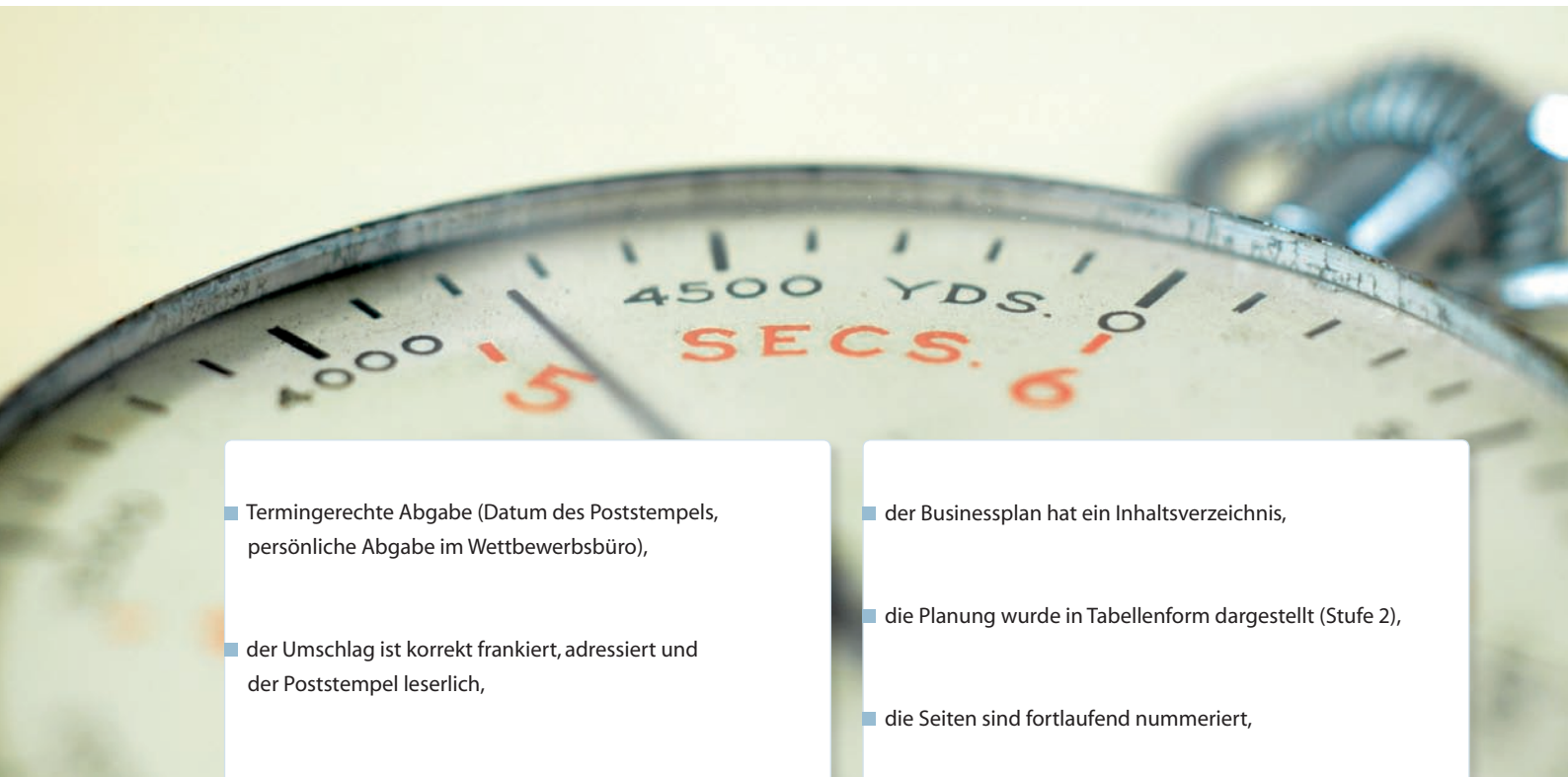
Ort, Datum

Unterschrift

*Für Stufe 1 Schätzung

8.3. Checkliste - Teilnahme am Wettbewerb

Bitte halten Sie die Punkte der Checkliste unbedingt ein, da Sie sonst vom Businessplan-Wettbewerb ausgeschlossen werden könnten.

- 
- Termingerechte Abgabe (Datum des Poststempels, persönliche Abgabe im Wettbewerbsbüro),
 - der Umschlag ist korrekt frankiert, adressiert und der Poststempel leserlich,
 - das Anmeldeformular ist für jeden Gründer 1 x vollständig ausgefüllt (Kapitel 8.2),
 - Unterlagen für Stufe 1 in 3-facher Ausfertigung einreichen,
 - Businessplan für Stufe 2 in 6-facher Ausfertigung einreichen,
 - der Businessplan berücksichtigt die Vorgaben dieses Handbuchs (Struktur, Leitfragen, Umfang),
 - Unterlagen in deutscher Sprache, Schriftgröße 10,
 - das Deckblatt beinhaltet den Kurztitel der Geschäftsidee und die/den Namen der/des Verfasser(s),
 - der Businessplan hat ein Inhaltsverzeichnis,
 - die Planung wurde in Tabellenform dargestellt (Stufe 2),
 - die Seiten sind fortlaufend nummeriert,
 - Verweise auf andere Seiten sind korrekt,
 - alle vertraulichen Teile der Unterlagen sind mit „VERTRAULICH“ deutlich sichtbar gekennzeichnet,
 - der Businessplan inkl. aller Anlagen ist ordentlich gebunden, geheftet etc.

8.4. Ansprechpartner für Existenzgründer in Mecklenburg-Vorpommern

(Stand August 2007)

Bürgerschaftsbank Mecklenburg-Vorpommern GmbH

Frau Christin Plewinske
Am Grünen Tal 19, 19031 Schwerin
Tel.: 0385/395 55 29
E-Mail: christin.plewinske@bbmv.de

Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Mecklenburg-Vorpommern GmbH

Frau Christin Plewinske
Am Grünen Tal 19, 19031 Schwerin
Tel.: 0385/395 55 29
E-Mail: christin.plewinske@bbmv.de

GENIUS Venture Capital GmbH

Herr Rüdiger Fink
Hagenower Str. 73, 19061 Schwerin
Tel.: 0385/399 35 00
E-Mail: fink@genius-vc.de

Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern

Beratung zu Wirtschaftsförderprogrammen

Frau Bärbel Chiari
Werkstraße 213, 19061 Schwerin
Tel.: 0385/636 312 82
E-Mail: wirtschaftsfoerderung@lfi-mv.de

Frau Inge Abels
Werkstraße 213, 19061 Schwerin
Tel.: 0385/636 314 79
E-Mail: wirtschaftsfoerderung@lfi-mv.de

Existenzgründerhotline des Landes

Frau Katrin Kuchmetzki
Werkstraße 213, 19061 Schwerin,
Tel.: 0180/123 41 23
E-Mail: katrin.kuchmetzki@lfi-mv.de

Frau Margitta Höpper
Werkstraße 213, 19061 Schwerin
Tel.: 0180/123 41 23,
E-Mail: margitta.hoepper@lfi-mv.de

Frau Susann Bahr
Werkstraße 213, 19061 Schwerin
Tel.: 0180/1 23 41 23
E-Mail: susann.bahr@lfi-mv.de

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus

Frau Ursula Brautferger
Johannes-Stelling-Str. 14, 19053 Schwerin
Tel.: 0385/588 53 30
E-Mail: u.brautferger@wm.mv-regierung.de

Herr Frank Geißler
Johannes-Stelling-Str. 14
19053 Schwerin
Tel.: 0385/588 53 31
E-Mail: f.geissler@wm.mv-regierung.de

Gesellschaft für Struktur- und Arbeitsmarktentwicklung mbH

Herr Norbert Bürk
Schulstraße 1-3, 19055 Schwerin
Tel.: 0385/557 75 43
E-Mail: nbuerk@gsa-schwerin.de

Herr Dr. Peter Strauer
Carl-Hopp-Straße 17, 18069 Rostock
Tel.: 0381/865 014 22
E-Mail: pstraauer@gsa-schwerin.de

Büro für Existenzgründungen (bürex)

Frau Regine Buchholz
Helmut-Just-Str. 4, 17036 Neubrandenburg
Tel.: 0395/422 56 12
E-Mail: info@buerex.de

Herr Ulrich Lehmann
Helmut-Just-Str. 4, 17036 Neubrandenburg
Tel.: 0395/422 56 12
E-Mail: info@buerex.de

Industrie- und Handelskammern

IHK zu Neubrandenburg

Frau Silke Reschke
Katharinenstraße 48, 17033 Neubrandenburg
Tel.: 0395/559 73 10
E-Mail: reschke@neubrandenburg.ihk.de

IHK zu Neubrandenburg - Außenstelle Greifswald

Frau Angelika Seidel
 Domstraße 39a, 17489 Greifswald
 Tel.: 03834/26 03
 E-Mail: ihk_nb_hgw@t-online.de

IHK zu Rostock

Herr Fred Schneider
 Ernst-Barlach-Straße 1-3, 18055 Rostock
 Tel.: 0381/338 220
 E-Mail: schneider@rostock.ihk.de

IHK zu Rostock - Geschäftsstelle Nordvorpommern/Rügen

Frau Grit Triebke
 Mönchstraße 8a, 18439 Stralsund
 Tel.: 03831/2 60 48 21
 E-Mail: triebke@rostock.ihk.de

IHK zu Schwerin

Herr Frank Witt
 Schloßstraße 17, 19053 Schwerin
 Tel.: 0385/510 31 34
 E-Mail: witt@schwerin.ihk.de

Frau Angret Mans
 Schloßstraße 17, 19053 Schwerin
 Tel.: 0385/510 31 23
 E-Mail: mans@schwerin.ihk.de

Handwerkskammern**HWK Ostmecklenburg-Vorpommern
Hauptverwaltungssitz Neubrandenburg**

Herr Christian Schiffner
 Friedrich-Engels-Ring 11, 17033 Neubrandenburg
 Tel.: 0395/559 31 31
 E-Mail: schiffner.christian@hwk-omv.de

Herr Michael Wiese
 Friedrich-Engels-Ring 11, 17033 Neubrandenburg
 Tel.: 0395/559 31 35
 E-Mail: wiese.michael@hwk-omv.de

Frau Regina Galitz
 Friedrich-Engels-Ring 11, 17033 Neubrandenburg
 Tel.: 0395/559 31 32
 E-Mail: galitz.regina@hwk-omv.de

**HWK Ostmecklenburg-Vorpommern
Hauptverwaltungssitz Rostock**

Frau Christiane Schumacher
 Schwaaner Landstraße 8, 18055 Rostock
 Tel.: 0381/454 91 60
 E-Mail: schumacher.christiane@hwk-omv.de

Frau Ute Bölkow
 Schwaaner Landstraße 8, 18055 Rostock
 Tel.: 0381/454 91 63
 E-Mail: boelkow.ute@hwk-omv.de

HWK Schwerin

Herr Norbert Burmeister
 Friedensstraße 4a, 19053 Schwerin
 Tel.: 0385/741 71 50
 E-Mail: n.burmeister@hwk-schwerin.de

Herr Wilfried Dobbertin
 Friedensstraße 4a, 19053 Schwerin,
 Tel.: 0385/741 71 48
 E-Mail: w.dobbertin@hwk-schwerin.de

Herr Birk Palitzsch
 Friedensstraße 4a, 19053 Schwerin
 Tel.: 0385/741 71 47
 E-Mail: b.palitzsch@hwk-schwerin.de

TBI - Technologie-Beratungs-Institut GmbH**Geschäftsstelle im TIG Neubrandenburg**

Herr Frank Langner
 Lindenstraße 63, 17033 Neubrandenburg
 Tel.: 0395/358 11 72
 E-Mail: neubrandenburg@tbi-mv.de

Geschäftsstelle im TZV Greifswald

Herr Christian Steinbrückner
 Brandteichstr. 20, 17489 Greifswald
 Tel.: 03834/550 302
 E-Mail: greifswald@tbi-mv.de

Geschäftsstelle im RIGZ Rostock

Herr Gerd Rehmer
 Joachim-Jungius-Str. 9, 18059 Rostock
 Tel.: 0381/405 98 10
 E-Mail: rostock@tbi-mv.de

Hauptgeschäftsstelle im TGZ Schwerin

Herr Frank Kersten
 Hagenower Str. 73, 19061 Schwerin
 Tel.: 0385/399 32 85
 E-Mail: info@tbi-mv.de

Herr Jan Karrasch
 Hagenower Str. 73, 9061 Schwerin
 Tel.: 0385/399 31 89
 E-Mail: info@tbi-mv.de

8.5. Glossar

■ Abschöpfungsstrategie

A

Preisstrategie, bei der der Preis möglichst hoch angesetzt wird, um eine hohe Gewinnspanne zu erzielen.

■ Abschreibung

Wertminderung betrieblicher Vermögensgegenstände.

■ Aktiva

Stellt die Aktivseite einer Bilanz dar. Umfasst das betriebliche Vermögen, das sich in Anlage- und Umlaufvermögen unterteilen lässt.

■ Anlagevermögen

Vermögensgegenstände, die der dauerhaften Nutzung dienen.

■ Aufwand

Werteverzehr, der während einer Abrechnungsperiode anfällt (z. B. Rohstoffverbrauch).

■ Ausgaben

Alle Geschäftsvorfälle, die das Geldvermögen mindern (z. B. Kauf von Rohstoffen).

■ Auszahlung

Alle Geschäftsvorfälle, die den Zahlungsmittelbestand verringern (z. B. Barkauf von Büromaterial).



■ Bilanz

B

Gegenüberstellung von betrieblichem Vermögen und Kapital an einem Stichtag.

■ Break-Even-Point

Zeitpunkt, ab dem die gesamten Kosten durch die Umsatzerlöse gedeckt sind.

■ Bürgschaft

Der Bürge verpflichtet sich gegenüber dem Gläubiger, im Fall der Nichterfüllung des Schuldners für diesen einzutreten.

■ Business Angel

Privatperson, die Unternehmen bei der Existenzgründung mit ihrem Vermögen oder mit Know-how unterstützt.

■ Cash-Flow

C

Erwirtschafteter Zahlungsüberschuss, der in einer Periode realisiert wird. Indikator für die Innenfinanzierungskraft eines Unternehmens.

■ Differenzierung

D

Das Bemühen, sich von der Konkurrenz abzuheben.

■ Eigenkapital

E

Kapital, das vom Unternehmer oder den Gesellschaftern in den Betrieb eingebracht wird. Es besteht kein Anspruch auf eine Verzinsung, dafür aber auf Beteiligung am Erfolg.

■ Einnahmen

Erhöhung des Geldvermögensbestandes (Zahlungsmittelbestand zuzüglich Bestand an Forderungen, abzüglich Bestand an Verbindlichkeiten).

■ Einzahlungen

Erhöhung des Zahlungsmittelbestandes. Beispiele für Einzahlungen sind: Bareinlage, Barverkauf von Waren.

■ Ertrag

Wertezuwachs, der während einer Abrechnungsperiode zu verzeichnen ist.

■ Executive Summary

Zusammenfassende Darstellung.

■ Finanzierung

Beschaffung bzw. Bereitstellung von Eigen- und Fremdkapital für ein Unternehmen.

■ Franchise

Der Franchisenehmer verkauft Markenartikel oder Serviceleistungen des Franchisegebers, der die Geschäftspolitik bestimmt. Der Franchisenehmer bezahlt eine Lizenzgebühr.

■ Fremdkapital

Verbindlichkeiten des Unternehmens gegenüber Dritten.

■ Gemeinkosten

Kosten, die sich nicht exakt einer bestimmten Bezugsgröße zurechnen lassen.

■ Gewinn

Differenz zwischen Ertrag und Aufwand.

■ Gründungsfinanzierung

Kapital, das dem Unternehmen in der Gründungsphase, im Aufbau oder nach kurzer Geschäftstätigkeit zur Verfügung gestellt wird.

■ Herstellungskosten

Kosten, die bei der Herstellung eines Gutes anfallen.

■ Insolvenz

Zahlungsunfähigkeit, die zu einer Sanierung oder Liquidation des Unternehmens führt.

■ Institutionelle Investoren

Große Institutionen, wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungen, die Investitionen tätigen.

■ Investition

Verwendung von finanziellen Mitteln zur Beschaffung von Sachvermögen, immateriellem Vermögen oder Finanzvermögen.

■ Kapital

Dem Unternehmen zur Verfügung stehende Geld- und Sacheinlagen.

■ Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW)

Förderbank der deutschen Wirtschaft.

■ Konkurs

Zahlungsunfähigkeit mit nachfolgender Auflösung des Unternehmens.

■ Kontokorrent

Vereinbarter Kredit, der bei kurzfristigem Bedarf maximal in Anspruch genommen werden kann. Die Zinsen fallen nur für den tatsächlich beanspruchten Betrag an.

■ Konzession

Behördliche Bewilligung zum Betrieb eines bewilligungspflichtigen Gewerbe

■ Kosten

Leistungsbezogener Güterverbrauch.

■ Kosten, fixe

Kosten, die unabhängig von Umsatz und Auslastung sind und regelmäßig anfallen.

■ Kosten, variable

Kosten, die sich abhängig von Umsatz und Auslastung verändern.

■ Liquidität

Fähigkeit, fälligen Zahlungsverpflichtungen nachzukommen. Voraussetzung ist, dass genügend flüssige Mittel vorhanden sind.

■ Lizenz

Vertrag, der zur Herstellung oder Erbringung patentrechtlich geschützter Produkte oder Dienstleistungen befugt.

■ Make or Buy

Entscheidung, ob ein Produkt oder eine Dienstleistung selbst erstellt (make) oder gekauft (buy) werden soll.

■ Marketing-Mix

Setzt sich aus vier Elementen zusammen und zwar aus Produkt, Preis, Distribution und Kommunikation.

■ Marktanalyse

Marktforschung mit dem Ziel, herauszufinden, ob und wie ein bestimmter Markt ein Produkt aufnimmt.

■ Markteintrittsbarrieren

Nachteile eines Marktneulings gegenüber einem alteingesessenen Unternehmen.



■ Markteintrittsstrategie

Strategie zur Überwindung von Markteintrittsbarrieren, um neue Geschäfte zu verwirklichen.

■ Marktforschung

Zusammenfassung von externen Informationen mit dem Ziel, einzelne Elemente des Marketing-Mixes festzulegen.

■ Meilensteine

Herausragende Stationen in der Unternehmensentwicklung.

■ Neutraler Erfolg

Gewinn aus nicht üblicher Geschäftstätigkeit des Unternehmens, z. B. Börsengewinne.

■ Operativer Erfolg

Gewinn aus üblicher Geschäftstätigkeit des Unternehmens = Gewinn abzüglich Neutraler Erfolg.

■ Passiva

Passivseite einer Bilanz, die die Herkunft von Kapital eines Unternehmens aufzeigt.

■ Patent

Rechtsschutz von geistigem Eigentum.

■ Penetrationsstrategie

Preisstrategie, bei der in der Einführungsphase eines Produktes relativ niedrige Preise angesetzt werden, um möglichst schnell einen großen Markt zu erschließen.

■ Positionierung

Eine gezielte Platzierung des Produktes in der Wahrnehmung des Kunden.

■ Prototyp

Erstes Exemplar/Muster einer späteren Serienfertigung.

■ Rentabilität

Zeigt an, in welcher Höhe sich das eingesetzte Kapital in einer Periode verzinst hat.

S

■ Skonto

Prozentualer Preisnachlass auf den Rechnungsbetrag bei Zahlung innerhalb einer bestimmten Frist oder bei Barzahlung.

■ Start-up

Phase direkt nach der Gründung eines Unternehmens oder auch eine Bezeichnung für ein junges Wachstumsunternehmen.

■ Selbstkosten

Summe aller durch den betrieblichen Leistungsprozess entstandenen Kosten.

■ Substitute

Produkte, die das gleiche Kundenbedürfnis befriedigen, aber andersartig sind.

■ Swot-Analyse

Wird als Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken-Analyse definiert. Jedes Unternehmen sollte eine solche Analyse durchführen, um die eigene Situation besser einschätzen zu können.

■ Tilgung

Rückzahlung einer Geldschuld.

■ Unique Selling Proposition (USP)

Wird übersetzt als Alleinstellungsmerkmal. Dabei handelt es sich um ein einzigartiges Angebot, schlagendes Verkaufsargument oder spezielle Eigenschaft, die einem Produkt oder einer Dienstleistung einen größeren Kundennutzen verschafft.

■ Umlaufvermögen

Vermögenswerte, die sich kurzfristig in flüssige Mittel verwandeln lassen.

■ Venture Capital (VC)

Wird auch als Wagniskapital bezeichnet. Finanzierung wachstumsstarker Unternehmen überwiegend aus den Technologiebranchen durch institutionelle Investoren.

■ Vollexistenz

Hauptberufliche Ausübung einer selbständigen Tätigkeit. Die betrieblich anfallenden Kosten, Zinsen, Tilgung und der private Lebensunterhalt müssen durch das Unternehmen abgedeckt werden.

V

8.6. Literatur

■ Wettbewerbsvorteile

(Competitive Advantage)
Spitzenleistungen erreichen und behaupten
von Michael E. Porter
6. Auflage
Campus Verlag, 2000

■ Wettbewerbsstrategie

(Competitive Strategy)
Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten
von Michael E. Porter
Campus Verlag, 2002

■ Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre

von Günter Wöhe
22. Auflage
Vahlen, 2005

■ Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer

Grundlagen mit Fallbeispielen und Fragen der
Existenzgründungspraxis
von Heinz Kußmaul
5. Auflage
Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2005

■ Marketing-Management

Analyse, Planung, Verwirklichung
von Philip Kotler, Friedhelm Bliemel
10. Auflage
Pearson Studium, 2005

■ Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung

Marketing
von Heribert Meffert
9. Auflage
Gabler, 2000

■ Marketing für Existenzgründer

So finden Sie Ihre ersten Kunden...
von Jan O. Deiters
Schimmel, 1998

■ Das Existenzgründer-Buch

Von der Geschäftsidee zum sicheren Geschäftserfolg
von Carsten Rasner, Karsten Fuser, Werner G. Faix
3. Auflage
Verlag Moderne Industrie, 2004

■ Erfolgreich in die berufliche Selbständigkeit

Von der Gründungsidee bis zur Betriebseröffnung
von Günther Kirschbaum, Wilfried Naujoks
11. Auflage
Haufe, 2004



8.7. Impressum

Herausgeber:

Allgemeiner Unternehmensverband Neubrandenburg e.V.
(AUV)

Autoren:

Frank Oeljeschläger, Johann Lankenau, Roland Gießelbach
& Dieter Schuldt, Uwe Bräuer, Jörg Bartz, Ines Schneider,
Kathleen Reiß, Reinhard Neumann

Konzept und Design:

PEPERONI WERBEAGENTUR GMBH
www.peperonihaus.de

Fotos:

PEPERONI, shutterstock

Druck:

Ostseedruck Rostock

Jeglicher Nachdruck sowie die Aufnahme in Datenbanken
und elektronische Nachschlagewerke sind ohne vorherige
Zustimmung des Herausgebers untersagt. Alle Rechte vor-
behalten. Alle Angaben ohne Gewähr.

Der MVwin Businessplan-Wettbewerb ist eine Initiative
des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus
Mecklenburg-Vorpommern.

Referat Existenzgründungen, Mittelstand:

Ursula Brautferger,
Johannes-Stelling-Str. 14, 19053 Schwerin
Tel.: 0385/588 53 30

Adresse:

MVwin

Businessplan-Wettbewerb Mecklenburg-Vorpommern
Wettbewerbsbüro (Haus A, Zimmer 414)
Lindenstraße 63, 17033 Neubrandenburg
Tel.: 0395/369 49 13
Fax: 0395/369 49 20
E-Mail info@mvwin.de
www.mvwin.de

A series of 20 horizontal dashed lines for writing.

A series of horizontal dashed lines for writing, consisting of 20 lines spaced evenly down the page.



www.mvwin.de

Schutzgebühr 5,- Euro



Gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds sowie des
Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern