

<b>Inhalt</b>	<b>Seite</b>
<b>A. Ausgangssituation (die inhaltliche Ausführung erfolgt nach dem Vorgespräch!)</b>	<b>2</b>
<b>B. Zielsetzung und erwartetes Ergebnis</b>	<b>2</b>
<b>C. Vorgehensweise und Projektinhalte</b>	<b>3</b>
1. Methodische und konzeptionelle Leitlinien	<b>3</b>
2. Die Projektphasen im Überblick	<b>3</b>
a) Umfeldanalyse	<b>4</b>
b) Unternehmensanalyse	<b>5</b>
c) Strategieentwicklung	<b>6</b>
d) Vorbereitung der Umsetzung	<b>8</b>
<b>D. Projektorganisation, -zeitrahmen und Kosten</b>	<b>8</b>
<b>E. Qualifikation von Herrn Andreas Teller</b>	<b>9</b>
<b>F. Vertrags- und Geschäftsbedingungen</b>	<b>10</b>

## **A. Ausgangssituation: Die XXX hat Nachholbedarf im E-Business**

(...)

E-Business – die internetbasierte Abwicklung von Geschäftsprozessen – bietet neue Chancen in Einkauf, Marketing/Vertrieb und interner Optimierung. Doch durch die entstehende Markttransparenz verschärft sich zugleich der Preiswettbewerb in vielen Branchen, was Quantensprünge in Hinsicht auf Effizienzsteigerungen erforderlich macht. Die Beschleunigung von Geschäftsprozessen, Kostenreduktionen, eine Optimierung der Beschaffung, sowie die Verbesserung der Kundenansprache und –bindung sind E-Business-Ziele.

Kritische Erfolgsfaktoren im E-Business sind eine funktionierende IT-Infrastruktur, Partnerschaften und Allianzen, Zeit, Engagement des Managements, und zur Nutzerstruktur passende Produkte und Dienstleistungen, welche zusätzliche Wertschöpfung bieten.

(...)

Schließlich ist eine neutrale Bewertung der IT-Infrastruktur unerlässlich, um die notwendige kunden- und effizienzorientierte Prozeßunterstützung sicherzustellen.

Es besteht deshalb ein eindeutiger Bedarf für die XXX, die sich ergebenden Chancen und Optionen zu bewerten und sich als innovatives Unternehmen zu positionieren, welches Wettbewerbsvorteile durch die Verwendung moderner Technologien und Infrastrukturen erzielt.

## **B. Zielsetzung und erwartetes Ergebnis**

Das übergeordnete Ziel eines gemeinsamen Projekts ist es, die Potentiale des Internets für die XXX zu erschliessen. Dazu ist es notwendig, die möglichen Optionen, die sich der XXX bieten, zu evaluieren, mit ihrer generellen Strategie abzugleichen, und eine in die Unternehmensstrategie integrierte E-Business-Strategie zu entwickeln.

Im Rahmen des Projekts müssen somit konzeptionelle Lösungen gefunden werden, wie die Kundenbindung durch die Nutzung des Internets erhöht werden kann, und wie die internen Prozesse hierfür zu gestalten sind. Als Ergebnis des Projekts wird ein umsetzungsnaher Maßnahmenplan basierend auf den erfolgsversprechendsten strategischen Optionen vorliegen.

## **C. Vorgehensweise und Projekthinhalte**

### **1. Methodische und konzeptionelle Leitlinien**

Meine Vorgehensweise im Projekt ist durch folgende Prinzipien für Konzeption und Methodik gekennzeichnet:

- (1) Ich gehe mit ganzheitlicher Problemsicht vor, um zu gewährleisten, daß
  - das Internet ein integraler Bestandteil der Gesamtstrategie der XXX wird
  - Aufgabenbestand, Arbeitsteilung sowie die weiterführende Prozeß- und Struktur-/Führungsorganisation entsprechend gewürdigt werden
  
- (2) Ich arbeite grundsätzlich im Team, um eine hohe Transparenz von Projektstand und Zwischenergebnissen zu erreichen sowie frühzeitig Veränderungsbereitschaft in Führungskreis und Mitarbeiterschaft zu wecken:
  - Durch enge Zusammenarbeit mit den Projektteams (effektive Kombination von internem und externem Know-how)
  - Auf Ebene der Mitarbeiter durch die Erarbeitung und Diskussion von Strategie und Optimierungsansätzen im Rahmen von Workshops (gezielte Vorbereitung der Umsetzung)
  - Auf Ebene der Geschäftsführung durch regelmäßige Berichterstattung und Abstimmung von Vorgehensweise und Teilergebnissen (Orientierung an praxisbezogenen Problemlösungen)
  
- (3) Ich strukturiere die gemeinsame Vorgehensweise dergestalt, daß die erforderliche Bestandsaufnahme innerhalb eines relativ kurzen Zeitraums und fokussiert auf die konzeptrelevanten Sachverhalte durchgeführt wird; dadurch schaffen wir Handlungsräume für eine stärkere Gewichtung der Strategiekonzeptentwicklungsphase.

### **2. Die Projektphasen im Überblick**

Für das gemeinsame Projekt wird ein Vorgehen in zwei Phasen mit vier zeitlich überlappenden Projektschritten vorgeschlagen.

- **Phase I: Bestandsaufnahme (Umfeld- und Unternehmensanalyse)**
- **Phase II: Strategieentwicklung und Vorbereitung der Umsetzung**

## **a) Umfeldanalyse**

Zur Vorbereitung der strategischen Konzeption ist es notwendig, die folgenden Themenfelder zu analysieren:

- Analyse und Aufbereitung der Marktsituation und des Status Quo der Branche im relevanten Wettbewerberumfeld zur Identifikation signifikanter Geschäftspotentiale
- Darstellung aktueller internet- und vertriebsrelevanter Schlüsselrends mit Schwerpunkt auf Entwicklungen im E-Business-Bereich zur Bewertung von Technologien und Anwendungen in Hinsicht auf Zielgruppen und neue Kundenanforderungen

### **Ziel**

Abschätzung des Marktpotenzials für E-Business nach Branchen, Produkten und Serviceleistungen und Analyse der Chancen/Risiken eines Engagements der XXX in dem relevanten Marktsegment. Analyse der Wettbewerbssituation und –intensität der relevanten Marktsegmente nach den Kriterien Abdeckung der Märkte durch Wettbewerber und Produkte, Konkurrenzsituation, Allianzen in den Märkten, sowie Profile der Wettbewerber.

### **Ergebnis**

Genauere Kenntnis der relevanten Märkte in Bezug auf Umsatz, Rendite, Wettbewerb, potenziellen Partnern und Produkten. Benchmarking möglicher Geschäftsentwicklungen in Form einer Beschreibung strategischer Online-Aktivitäten und der eingesetzten Geschäftsmodelle.

### **Methoden**

Desk Research, Analyse von bestehenden Studien führender Marktforschungsinstitute, Markt-, Kunden- und Wettbewerbsinterviews, Website-Analysen zur Ableitung von Best Practices und erfolgsversprechenden Geschäftsmodellen.

### **Dauer**

2,5 Wochen

## **b) Unternehmensanalyse**

- Bestandsaufnahme der Aktivitäten im Bereich Internet innerhalb der XXX. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf der inhaltlichen Gestaltung, bereits implementierten oder in Entwicklung befindlichen Funktionalitäten, IT-Plattformen, sowie der An- bzw. Einbindung in Backend und Geschäftsprozesse
- SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken) insbesondere in Hinsicht auf bestehende E-Business-Fähigkeiten und Untersuchung der einzelnen Wertschöpfungsstufen

### **Ziel**

Neutrale Bewertung der erbrachten Dienstleistungen und der IT-Infrastruktur in Hinsicht auf die externe Vermarktung der Produkte. Einschätzung der bestehenden E-Business-Fähigkeiten mit Hilfe von Checklisten.

### **Ergebnis**

Übersicht über das nach qualitativen und quantitativen Kriterien bewertete IT-Portfolio der XXX sowie die aktuellen Internet-Aktivitäten. Bewertung der Markt- und Wettbewerbsattraktivität sowie der strategischen Attraktivität, der Mitarbeiterqualifikationen, Prozeßleistungsfähigkeit sowie der strategischen und operativen Bereitschaft: welche Aktivitäten sind aus sich heraus werthaltig, welche können durch Ausbau deutlich verbessert werden, und welche Aktivitäten sollten in Hinblick auf mangelnde Erfolgsaussichten und begrenzte Ressourcen zurückgestellt oder beendet werden.

### **Methoden**

Experteninterviews mit Mitarbeitern aus den Bereichen Informationstechnologie, Marketing/Vertrieb und Geschäftsführung sowie Auswertung von bereits vorliegenden Erhebungen. Durchführung eines IT-Kurzaudit: Erfassung der strategischen Rahmenbedingungen, Leistungs- und Potentialanalyse, funktionale, technische (Anwendungslandschaft) und organisatorische Bewertung (Aufbau- und Ablauforganisation).

### **Dauer**

3,5 Wochen

### c) Strategieentwicklung

Um im E-Business erfolgreich zu sein und den in diesem Markt eigenen Geschäftsmodellen zu entsprechen, ist erfahrungsgemäß eine umfassende E-Business-Strategie erforderlich. Eine Evaluierung möglicher Geschäftsoptionen soll in diesem Modul in enger Abstimmung mit der Vertriebsleitung und Geschäftsführung erarbeitet werden. Hierzu werden

- Möglichkeiten eines Ausbaus der bestehenden Aktivitäten identifiziert,
- geeignete Geschäftsmodelle herausgearbeitet,
- neue Felder/Ideen, erreichbare Zielkunden sowie potenzielle Partner identifiziert,
- die Bewertung und Priorisierung der Themen durchgeführt und
- die entsprechenden Kosten und Umsätze für einzelne Szenarien geschätzt (ROI-Analyse).

Entsprechende Analysen des Wettbewerbsverhaltens klassischer und neuer Wettbewerber sowie innovativer Unternehmen aus verwandten Branchen versetzen uns in die Lage, zentrale Erfolgsmuster für diesen Zukunftsmarkt identifizieren und auf die Situation der XXX übertragen zu können. Wichtig ist zu sondieren, inwiefern heutige, klassische Konkurrenten in einem anderen Medium evtl. Kooperationspartner werden könnten.

Folgende Schlüsselfragen müssen beantwortet werden:

- Welche Aktivitäten sind ausgegliedert zu halten oder von außen zu beziehen (bspw. Web Design) und in welchen Bereichen sollten wir frühzeitig aktive Partner suchen?
- Einbindung und Zusammenarbeit der Vertriebspartner: wie soll dies konkret umgesetzt werden, welche Unterscheidungen sind zu treffen, wie sind die Kunden zwischen zentralen und dezentralen Angeboten überzuleiten? Welche Informations- und Kommunikationsbeziehungen können (zusätzlich) über das Internet abgewickelt werden, wie kann die Workflow-Integration verbessert werden, welche Kosteneinsparungen können realisiert werden?
- Mit welchen organisatorischen Maßnahmen können interne Prozesse (z.B. Koordination, Kommunikation, Freigaben) beschleunigt werden? Welche Prozesse können im Internet abgebildet werden, in welcher Struktur können die Internet-Aktivitäten durchgeführt werden, wie sind die Schnittstellen zu definieren? Sollen eigene E-Business-Einheiten aufgebaut werden oder soll E-Business als Vertriebskanal integriert werden?
- Bereitstellung Informationstechnologie: wie ist die Anbindung bestehender Systeme an das Internet effizient zu bewerkstelligen, welche neuen Systeme werden benötigt, mit welchen Partnern soll die Umsetzung durchgeführt werden?
- Wie können wir mit größtmöglichem Hebel Kundenzugang und Kundenbindung nachhaltig nutzen? Können wir Key-Accounts über ein Extranet integrieren?

Insgesamt sollen neue Geschäftsoptionen identifiziert und qualifiziert für die Situation der XXX heruntergebrochen werden. Zwischenergebnisse sollten bereits frühzeitig in einem engen „Strategiekreis“ vorgestellt und diskutiert werden. Hierzu ist es notwendig, das Selbstverständnis der XXX mit Hilfe von leitfadengestützten Gesprächen zu ermitteln, sodaß die Sichtweisen der Geschäftsführung und leitender Mitarbeiter wesentlicher Input für die Strategieentwicklung werden.

Die identifizierten Optionen werden priorisiert, indem die in der Phase I bewerteten E-Business-Fähigkeiten und die IT-Infrastruktur den möglichen Stoßrichtungen gegenübergestellt werden. Für die in Frage kommenden, erfolgsversprechendsten Optionen der engeren Auswahl sollen dann die möglichen Umsätze, Kosteneinsparungen, Effizienzsteigerungen sowie notwendigen Investitionen quantifiziert werden (Kosten-/Nutzenbetrachtung). Als Ergebnis dieses Moduls steht dann eine gemeinsam erarbeitete Empfehlung bzw. Entscheidungsvorlage zu weiteren E-Business-Aktivitäten zur Verfügung, welche eine Zusammenfassung der erarbeiteten Projektergebnisse enthält.

Diese Empfehlung in Form eines strategischen Rahmenkonzeptes basiert auf einer priorisierten, bewerteten Short List möglicher Aktivitäten und einer Definition des anvisierten Zielkundensegments und umfaßt folgende Punkte:

- Markt-/Produktportfolio (Produktpalette, Produktpräferenzen von Zielkunden)
- Marketing-Strategie (Marke/Auftritt und Mehrwert/Ausgestaltung der Value Proposition)
- Sicherung und Verbesserung der Wettbewerbsposition
- Kunden-/Vertriebskanalmanagement
- Partnering-Optionen/strategische Allianzen
- Organisation und Grobdefinition von Geschäftsprozessen
- Technologiekonzept (Technologiestrategie und Struktur, Machbarkeit)

### **Dauer**

6,5 Wochen

#### **d) Vorbereitung der Umsetzung**

Zum einen werden bereits während des Projektes identifizierte Möglichkeiten zur schnellen Verbesserung bestehender Aktivitäten umgehend in Angriff genommen. Zum anderen wird im Anschluß an die Abschlußpräsentation ein Workshop mit folgenden Inhalten durchgeführt:

- Definition der organisatorischen Einbindung und Struktur der Internet-Aktivitäten
- Erstellung eines Maßnahmenkataloges, der Implementierungsplanung und Aufwandsschätzung
- Erarbeitung einer Strategie zur Auswahl einer geeigneten E-Business-Plattform und entsprechend qualifizierter Dienstleistungsunternehmen
- Installation eines Frühwarnsystems sowie Kontrolle der Umsetzung und der Ergebnisse

Ich biete Ihnen an, die XXX bei der Implementation des Strategiekonzeptes zu unterstützen. Die hierfür nötige Beraterunterstützung sollte auf Basis der dann vorliegenden Projektergebnisse nochmals detailliert kalkuliert werden.

#### **D. Projektorganisation, -zeitrahmen und Kosten**

Gegenstand der Beauftragung ist die Begleitung der vier skizzierten Module in einer Projektlaufzeit von ca. 3 Monaten nach Auftragserteilung. Ich stehe Ihnen in dieser Zeit mit 50% meiner Kapazität zur Verfügung. Auf Grundlage des erwarteten Zeitaufwandes veranschlage ich einen Honorarrahmen von XXXXX EUR netto als Festpreis. Hinzu kommen 12-15% Nebenkostenpauschale für Auslagen wie zu erwerbende Studien, Reisekosten und Spesen, sowie die gesetzliche Mehrwertsteuer. Bei der Nebenkostenpauschale handelt es sich um eine Schätzung und nicht um einen definitiv zu entrichtenden Betrag; vielmehr werden diese Kosten nur beim tatsächlichen Anfallen berechnet.

Der Honorarumfang ist unter der Annahme kalkuliert, daß auch durch die Mitarbeiter der XXX entsprechende Unterstützung erfolgt. Diese ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für das Gelingen des Projekts. Die aktive Einbindung von Mitarbeitern der XXX ist äußerst vorteilhaft, da das Wissen und Innovationspotential der Organisation effizient eingefangen werden kann. Speziell in der Datenaufnahme und Analysephase wird die gezielte Identifikation von Datenquellen ermöglicht. Zudem können die in der Konzeptionsphase einbezogenen Mitarbeiter auch bei der eigentlichen Implementierung eine tragende Rolle spielen. Bei Erkennen signifikanter Abweichungen sollten die Kapazitäten bedarfsgerecht angepaßt werden.

Eine weitgehende Einbindung der Mitarbeiter wirkt sich im Gesamtprozeß der Strategieberatung günstig auf dessen Verlauf aus. Strategieberatungsprojekte führen ferner insbesondere dann stärker zum Erfolg, wenn beim Klientenunternehmen auch der Wille zu einer grundlegenden internen Veränderung besteht. Durch interne Struktur- und Prozeßverbesserungen lassen sich dauerhaft die Wettbewerbsfähigkeit sichern sowie neue Wettbewerbsvorteile erlangen.

Aufgrund der relativ kurzen Projektdauer wird vereinbart, daß der Beratungsvertrag von beiden Seiten jeweils mit einer Frist von einer Woche zum Monatsende gekündigt werden kann. In diesem Fall werden nur die bis zu diesem Zeitpunkt angefallenen Kosten berechnet. Ansonsten wird in Hinsicht auf die Zahlungsmodalitäten die Drittelregelung vereinbart: ein Drittel des Honorars ist als Vorschuß im voraus zu überweisen, ein Drittel nach Abschluß der Bestandsaufnahme (Phase I), und ein Drittel nach Abschluß der Arbeiten.

Ich sichere Ihnen in Hinsicht auf die Informationserhebung und –verwertung höchste Vertraulichkeit zu und werde in einem Zeitraum von 2 Jahren nach Abschluß des Projekts nicht für einen direkten Wettbewerber tätig sein, es sei denn, dies ist von der XXX ausdrücklich und schriftlich autorisiert.

### **E. Qualifikation von Herrn Andreas Teller**

Ich bin Dipl.-Psychologe mit den Schwerpunkten Personalauswahl und –entwicklung sowie Organisationsberatung und habe mich im November 1995 als erster Wirtschaftsinformationsbroker in Hamburg selbstständig gemacht. Die Schwerpunkte meiner Analysen liegen in den Bereichen IT, E-Business und Medien sowie Konsumgüter und Handel. Mein Dienstleistungsangebot besteht aus der Durchführung von Markt- und Branchenanalysen (Research), der Konzeption und Leitung von Weiterbildungsmaßnahmen (Training), sowie der E-Business-Strategieberatung (Consulting).

Bereits 1998 war ich an der Konzeption und Realisation von MariNet beteiligt, einem internetbasierten Informations- und Kommunikationssystem für die maritime Branche. Mein Aufgabenspektrum im Rahmen dieses Projekts umfaßte unter anderem die Erstellung eines Strategiekonzeptentwurfes.

Zu meinen Kunden gehören neben bedeutenden nationalen und international tätigen Marktforschungsinstituten wie der GfK AG oder NIKKEI insbesondere zahlreiche kleine und größere Unternehmensberater, für welche ich auch Coachings durchführe. Im Jahr 2000 war ich 8 Monate lang in der Frankfurter Niederlassung der Topmanagementberatung Roland Berger Strategy Consultants im Competence Center InfoCom tätig (Information und Kommunikation).

Während meiner Tätigkeit im Hause Roland Berger habe ich an zahlreichen IT- und E-Business-Projekten für mittlere und große Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen mitgearbeitet. Ferner war ich für die Einarbeitung und Schulung mehrerer neuer Mitarbeiter sowie die Systematisierung des internen Knowledge Managements zuständig (Referenzschreiben auf Anfrage).

Im Juli 2001 habe ich eine umfassende Studie „Hamburg New Media – Studie zu E-Business-Dienstleistungsunternehmen“ publiziert. Ziel der Studie ist die Schaffung von Markttransparenz und die Integration von Unternehmens- und Marktinformationen zu einem Branchenbild. Ferner werden detailliert Strategien und Vorgehensweisen in E-Business-Projekten dargestellt.

Von Anfang April 2003 bis Ende März 2004 habe ich als Researcher und Business Analyst für die international operierende Strategieberatung OC&C Strategy Consultants gearbeitet (Arbeitszeugnis auf Anfrage).

## **F. Vertrags- und Geschäftsbedingungen**

Ich orientiere mich generell an den Grundsätzen für die Berufsausübung von Unternehmensberatern des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater BDU e.V. (z.B. hinsichtlich Seriosität, Objektivität und Neutralität, Vertraulichkeit, Unterlassung von Abwerbung). Änderungen der vertraglichen Regelungen, wie sie in diesem Angebot dargestellt sind, sollten durch ein Besprechungsprotokoll dokumentiert und schriftlich niedergelegt werden. Die Individualabrede hat grundsätzlich den Vorrang vor den entsprechenden AGB-Klauseln. Die Grundlage für eine mögliche Haftung im Rahmen von Beratungsleistungen ergibt sich aus den entsprechenden Paragraphen des BGB.

Bei der von mir angebotenen Beratungsleistung handelt es um eine Dienstleistung, die für einen erfolgreichen Abschluß der Mitwirkung der Mitarbeiter der XXX bedarf und deshalb auf der Bereitstellung zutreffender Informationen basiert. Die XXX bestätigt mittels einer Vollständigkeitsbestätigung, daß die Unterlagen und mündlichen Angaben zur Durchführung der Bestandsaufnahme (Phase I) vollständig und richtig sind. Die von der XXX gelieferten Daten werden von mir nur auf Plausibilität überprüft.

Die XXX ist verpflichtet, mich nach Kräften zu unterstützen und alle zur ordnungsgemäßen Auftragsausführung nötigen Voraussetzungen zu schaffen. Kommt die XXX mit der Annahme der Beratung in Verzug oder unterläßt diese eine ihr obliegende Mitwirkung trotz Mahnung und Fristsetzung, bin ich zur Kündigung des Vertrages berechtigt. Ich leiste Gewähr dafür, daß die Erhebungen und Analysen die Situation des Unternehmens in Hinsicht auf die Fragestellung richtig und vollständig wiedergeben. Der Auftraggeber hat Anspruch auf Beseitigung etwaiger Mängel, nach zwei fehlgeschlagenen Nachbesserungsversuchen kann die XXX eine Herabsetzung der Vergütung verlangen. Die Verjährungsfrist beträgt 6 Monate nach Abschluß der Arbeiten.

Da im vorliegenden Schreiben die reine Beratung bis hin zum Beginn der Implementierung angeboten wird, handelt es sich um einen Dienstleistungsvertrag. Ich hafte grundsätzlich im Rahmen dieses Vertrages nicht für einen aus meiner Arbeit erwarteten Erfolg, da Strategieberatungsleistungen sich nicht unmittelbar meßbar auswirken, sondern sich im Normalfall mit erheblicher zeitlicher Verzögerung in mittelbaren Ergebnissen wie z.B. der Verbesserung der Wettbewerbsposition oder Erhöhung der Mitarbeitermotivation zeigen. Etwaige Pflichtverletzungen müssen schuldhaft (fahrlässig oder vorsätzlich) nachgewiesen werden. Meine Haftung wird auf mittlere oder grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz beschränkt. Den Haftungshöchstbetrag bildet das vereinbarte Beraterhonorar.

Gegenstand der Beauftragung ist die vereinbarte Beratungstätigkeit, wie sie im vorliegenden Angebot beschrieben ist, nicht die Erzielung eines bestimmten wirtschaftlichen Erfolges oder die Erstellung von Gutachten oder anderen Werken. Erstellte Berichte und Präsentationen dienen der Dokumentation von Inhalt und Ergebnissen des Beratungsprozesses. Ich verpflichte mich, auch nach Beendigung des Auftrages über alle geschäfts- oder auftraggeberbezogenen Tatsachen, die mir im Zusammenhang mit der Auftragsausübung bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren. Ohne Einwilligung des Auftraggebers werde ich diese weder weitergeben, noch für mich verwenden.

Die XXX darf die von mir erstellten Ergebnisse und Dokumentationen nur für ihre eigenen Zwecke verwenden; soweit die Ergebnisse urheberrechtsfähig sind, bleibe ich der Urheber. Das Entgelt für meine Dienste wird als Festpreis vereinbart, die Forderungen werden mit Rechnungsstellung fällig und sind ohne Abzüge zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungseingang zahlbar. Bis zur vollständigen Begleichung meiner Forderungen habe ich an den mir überlassenen Unterlagen ein Zurückbehaltungsrecht, nach Ausgleich der Ansprüche werde ich die mir übergebenen Unterlagen herausgeben.