

Protokoll

**über die 36. Sitzung der Sparte A „Tourismus und Gastronomie“ des Vereins
„ALMA Elbtalaue – Alle machen Marketing e.V.“ vom Mittwoch, dem 24. August 2016,
um 19.00 Uhr im Rathaus der Stadt Hitzacker (Elbe), Am Markt 7, 29456 Hitzacker (Elbe)**

Anwesend:

s. Anwesenheitsliste

1. Eröffnung der Sitzung

Der Spartensprecher der Sparte A „Tourismus und Gastronomie“ Rolf Hagemann eröffnet die Sitzung. Er begrüßt die Anwesenden und dankt für das zahlreiche Erscheinen. Er stellt die ordnungsgemäße Ladung und die Beschlussfähigkeit fest.

2. Genehmigung des Protokolls über die 35. Sitzung der Sparte A „Tourismus und Gastronomie“ des Marketingvereins vom 15.03.2016

Das Protokoll wird ohne Beanstandungen genehmigt.

3. Touristische Neuordnung im Landkreis Lüchow-Dannenberg; Verantwortlichkeit

a) des Marketingvereins ALMA Elbtalaue

b) der COMPASS GmbH Köln

Ursula Fallapp erläutert:

Zwischen der Samtgemeinde Elbtalaue und dem Marketingverein „ALMA Elbtalaue – Alle machen Marketing e.V.“ ist ein Vertrag geschlossen worden. Nach diesem Vertrag hat der Marketingverein „ALMA Elbtalaue – Alle machen Marketing e.V.“ folgende Aufgaben übernommen:

1. Den Betrieb der Kur- und Touristinformation Hitzacker (Elbe)

- touristische Auskünfte erteilen
- ankommende Gäste betreuen
- Reservierungen vornehmen
- touristische Dienstleistungen erfüllen
- Buchungen von Reisegruppen vornehmen
- Kartenvorverkauf für verschiedene Veranstaltungen durchführen
- Prospektauslage vielfältig organisieren
- Shop-Verkauf erarbeiten und durchführen
- Vernetzung der Kur- und Touristinformation mit den Ortsebenen herbeiführen
- Ausarbeitung von Broschüren und Produkten
- Vermieterbetreuung gewährleisten
- Qualitätskontrolle und Beschwerdemanagement einführen

- Werbung und Marketing für den Bereich der Kommunen der Samtgemeinde Elbtalaue einleiten sowie die Abstimmung der Werbemaßnahmen der Mitglieder untereinander erarbeiten
- Beratung der Mitglieder in Fragen der Wirtschafts- und Tourismusförderung vornehmen
- Verbindung zu anderen Wirtschafts- und Tourismusverbänden sowie öffentliche Körperschaften aufbauen, um die Interessen der Gewerbetreibenden des Fremdenverkehrs und Tourismus wahrzunehmen und zu fördern

2. Marketingaufgaben, die nicht von dem vom Landkreis Lüchow-Dannenberg beauftragten Dachverband zu erfüllen sind.

Des Weiteren betreibt der Marketingverein die Gästeinformation in Dannenberg (Elbe).

Ursula Fallapp erläutert, dass die nachstehend beschriebenen Maßnahmen täglich ausgeführt werden.

Für viele Vereine wird dort eine Zuarbeit geleistet.

- a) Kulturring
 - Reservierung und Kartenverkauf
 - Ansprechpartner für die Künstler
 - Weiterleitung der Angebote
 - Annahme bzw. Kündigung von Mitgliedschaften
 - Auslegen von Broschüren
 - Plakatverteilung
- b) Tourismusverein Elbtalaue Dannenberg e.V.
 - Beratung und Vermittlung von Ferienwohnungen, Hotels und Unterkünften
 - Korrespondenz
 - Prospektauslage
 - Informationen für neue TED-Mitglieder
 - Verteilung von Broschüren etc.
- c) VERDO-Verein für Bildung und Kultur
 - Vorbereitung und Nachbereitung von Veranstaltungen
 - Präsenz bei Veranstaltungen
- d) Bürgerstiftung
 - Verkauf von T-Shirts, Caps etc.
 - Verwaltung des Materials
 - Korrespondenz
- e) Werbegemeinschaft Dannenberg e.V.
 - Vorbereitung von Veranstaltungen
 - Auslegen und Verteilen von Flyern und Plakaten
- f) Elbe-Jeetzl-Zeitung
 - Verkauf der Tageszeitung
 - Bestellung und Verkauf von Büchern
 - Anzeigenannahme und Beratung
- g) Biosphärenreservat Niedersächsische Elbtalaue
 - Auslage von Broschüren
 - Betreuung der Dauerausstellung „Sei kein Frosch“

- h) Markthalle
 - Zuarbeiten aller Art
- i) Büro Hamburg/Altona
 - Information, Termine, Koordinierung
 - App-Informationen weiterleiten
 - Mitglieder werben
- j) Zusammenarbeit mit der Prignitz
- k) ALMA
 - Mitarbeit bei der Erstellung von Broschüren, Daten
 - Messevorbereitungen etc.
- l) Reservix
 - Plakate und Flyer auslegen
 - Kartenverkauf und Ausdruck
 - Beratung bei der Platzwahl
 - Abrechnung mit Reservix etc.

Ursula Fallapp erläutert die zahlenmäßig erfassten Ergebnisse Januar bis Juli 2016

Allgemein

- Alle Gästeführer wurden zu einem Treffen eingeladen. Verträge wurden ausgehändigt und in- zwischen unterzeichnet zurückgegeben.
- Am 15. März fand das erste Treffen mit allen Vermietern statt.
- Zertifizierung der Kur- und Touristinformation Hitzacker (Elbe) ist erfolgt.

Die zahlenmäßigen Ergebnisse der Monate Januar bis Juli 2016 im Vergleich zu den Monaten Januar bis Juli 2015 gestalten sich wie folgt:

I. Kur- und Touristinformation Hitzacker (Elbe)

a) Personelle Besetzung

2016

Anja-Manuela Zitko, 40 Wochenstunden

Gabriele Wilke, 30 Wochenstunden

Melanie Görmann, 20 Wochenstunden

Im Vergleich dazu 2015

Anja-Manuela Zitko, 30 Wochenstunden

Gabriele Wilke, 30 Wochenstunden

Melanie Gröncke, 10 Wochenstunden

Damit ein Plus von 20 Wochenstunden in der Dienstleistung.

b) Öffnungszeiten

November bis März Mo-Sa 09.00 – 16.00 Uhr

April bis Oktober Mo-Sa 09.00 – 18.30 Uhr

So 11.00 – 15.00 Uhr

Im Vergleich dazu 2015
Mai bis September Mo-Fr 09.30 – 18.00
Sa 10.00 – 15.00
April+Oktober 10.00 – 17.00
Sa 10.00-13.00
November bis März Mo-Fr 09.00 – 15.00

Damit gelten jetzt ausgeweitete Öffnungszeiten.

c) Die Besucherzahlen gestalten sich wie folgt:

Januar	73
Februar	80
März	267
April	449
Mai	1.447
Juni	1.124
Juli	1.271
Gesamt:	4.711

Im Vergleich dazu 2015
Januar 63
Februar 83
März 186
April 460
Mai 1.328
Juni 1.113
Juli 1.226

Gesamt: 4.459

Damit ergibt sich im Jahre 2016 für die Monate Januar bis Juli in der Kur- und Touristinformation in Hitzacker (Elbe) ein Plus von 252 Besuchern.

d) Die provisionspflichtigen Zimmervermittlungen ergeben folgendes Ergebnis:

277 Buchungen
1310 Übernachtungen
36.714,00 Euro Bruttoumsatz
entsprechen 4.368,97 Euro Provision

Im Vergleich dazu 2015
208 Buchungen
849 Übernachtungen
25823,00 Euro Bruttoumsatz
Entsprechen 3.072,00 Euro Privision

Damit ist ein Plus von 69 Buchungen zu verzeichnen.

e) Die Gruppenbuchungen gestalten sich wie folgt:

61 Gruppen
davon
Reederei Heckert
Busbegleitung
Museumsführung Lübeln

Sofafloß
Fahrradverleih
Naturkdl. Führung

Im Vergleich dazu 2015
40 Gruppen
davon
Reederei Heckert
Busbegleitung
Museumsführung Lübeln
Sofafloß
Fahrradverleih
Naturkdl. Führung

Damit ist ein Plus von 21 Gruppenbuchungen zu verzeichnen,.

f) Die Stadtführungen in Hitzacker (Elbe) zeigen ebenfalls ein gutes Ergebnis:
(ohne die regelmäßigen abendlichen Stadtführungen)

102 Stadtführungen
1.959 Personen gesamt
4.379,00 Euro Bruttoumsatz

Verteilt auf bisher 7 StadtführerInnen

Im Vergleich dazu 2015
64 Stadtführungen
1.200 Personen gesamt
3.018,00 Euro Bruttoumsatz

Damit ist ein Plus von 38 Stadtführungen zu verzeichnen.

Der Abfluss von Verkaufsmaterialien gestaltet sich ebenfalls sehr positiv:

Radkarte Mitte
ADFC-Radkarte
Stadtspaziergang
Ansichtskarten
4er-Set Radwanderkarten
werden nachgefragt.

Die Erstellung von Broschüren und umgesetzte Projekte sind Schwerpunktthemen in der Arbeit der Kur- und Touristinformation. Diese sind:

Neuaufgabe Stadtspaziergang Hitzacker (Träger: FVV Hitzacker, Herr Wieczorek)
Tipps für Trips (Träger: FVVs der Region)
Ratgeber Dömitz (Träger Amt Malliß)
99 Lieblingsplätze (Zuarbeit und Recherche)
Stadtplan Hitzacker (Zusammenarbeit und Korrektur des Stadtplans)

Ein weiteres erreichtes Ziel ist die Vernetzung der Mitarbeiter durch PC-Anlagen mit der Samtgemeinde Elbtalau. Dadurch entsteht ein Informationstausch untereinander.

In Planungen sind

a) der Stadtplan Dannenberg (Elbe) als Abreißblock

- b) die Broschüre mit Gruppenangeboten bzw. Gruppenbausteinen
- c) Imagebroschüren für Hitzacker und Dannenberg – nach Möglichkeit eine gemeinsam gestaltete Informationsbroschüre für die Samtgemeinde Elbtalau

Der Umzug in andere Räumlichkeiten wird ebenso auf die Agenda gesetzt.

II. Die Ergebnisse der Gästeinformation in Dannenberg (Elbe) gestalten sich wie folgt:

a) die personelle Besetzung gestaltet sich wie folgt:

2016

Monika Beck, 30 Wochenstunden

Dorothee Bluhm, 20 Wochenstunden

Umschülerin Ulla Grundhöfer

Gleichbleibend zu 2015

b) Die Öffnungszeiten gestalten sich wie folgt:

2016 gleichbleibend

November bis März Mo-Fr 09.00 – 18.00 Uhr

Sa 9.00 – 13.00 Uhr

April bis Oktober Mo-Fr 09.00 – 18.00 Uhr

Sa 9.00 – 16.00 Uhr

Gleichbleibend zu 2015

c) Die Besucherzahlen weisen ebenfalls ein vermehrtes Aufkommen auf:

	Gäste	BUND-Ausstellungen	Marketing	Amt
Januar	657	44	70	105
Februar	1.194	133	119	271
März	1.033	107	168	159
April	1.139	52	47	327
Mai	1.312	95	80	231
Juni	1.085	60	55	271
Juli	1.293	79	75	194
Gesamt	7.713			

Dazu im Vergleich 2015

	Gäste	BUND-Ausstellungen	Marketing	Amt
Januar	623	141	121	230
Februar	560	37	131	144
März	685	13	125	162
April	584	23	81	121
Mai	1077	47	93	101
Juni	1032	21	80	230
Juli	1251	54	70	182
Gesamt	5.812			

In der Gesamtzahl der Besucher ist ein erheblicher Besucherzuwachs erkennbar.

d) Die Buchungen gestalten sich wie folgt:

2016

83 Vermittlungen (204 Personen)

überwiegend Ferienwohnungen

Aufenthaltsdauer zwischen 3 bis 7 Nächte

Dazu im Vergleich 2015

72 Vermittlungen (191 Personen)

überwiegend Ferienwohnungen

Aufenthaltsdauer zwischen 3 bis 7 Nächte

Damit ist ein Plus von 11 Vermittlungen entstanden.

e) Die Gruppenbuchungen gestalten sich wie folgt:

2016

1 vermittelte Pressereise

Dazu im Vergleich 2015

6 Gruppenbuchungen

davon

Busbegleitung

Grenzlandmuseum

Gastronomie

1 Vermittlung an Reederei Heckert

Damit ist ein Minus von 5 Gruppenbuchungen zu verzeichnen.

f) Die Stadtführungen gestalten sich wie folgt:

2016

1 Gruppenbuchung erfolgte über Hitzacker

9 öffentliche Termine – 13 Gäste

Dazu im Vergleich 2015

2 Stadtführungen

20 Personen gesamt

8 öffentliche Termine – 7 Personen

Ursula Fallapp bekräftigt, dass diese Zahlen akribisch zusammengestellt wurden und auf genaue Zählergebnisse basieren.

Diese Zahlen können von den Empfängern des Protokolls verwendet werden.

Zusammenarbeit mit der COMPASS GmbH

Die Zusammenarbeit mit der COMPASS GmbH gestaltet sich für die örtlichen Touristinfos und für den Fachbeirat sehr positiv. COMPASS ist beauftragt, eine Marketingstrategie auszuarbeiten. Dazu zählt:

Online- und Social-Media-Produkte entwickeln,

Printmaterialien erstellen,

Pressearbeit leisten,

Messen organisieren.

Die Koordination der Leistungsträger und Tourismusvereine sowie die professionelle Marktbearbeitung, die Weiterführung des Buchungssystems, Marktforschung und eine Beratung und Unterstützung der Destination ist ebenfalls eine Aufgabe von COMPASS.

Die Marketingstrategie ist inzwischen fachmännisch bearbeitet; die Wort/Bild-Marke mit der Agentur Blauzweige entwickelt und ist am vergangenen Donnerstag im VERDO in Hitzacker (Elbe) vorgestellt worden.

Die neuen Internet-Seiten sind in Bearbeitung und das Destinationsmanagement hat erfolgreich begonnen.

Die Entwicklung der Wort/Bild-Marke ist im Auftragsverhältnis zwischen der COMPASS GmbH und dem Unternehmen Blauzweig aus Lüchow entstanden. Das Wendland ist bekannt; die Elbtalau ein weiterer Begriff der nicht zu verorten ist.

Aus diesem Grunde ist das Wendland in der Wort/Bild-Marke nach vorne gerückt.

In der Region sollte man sich darauf verständigen, an einem Strang zu ziehen und diese Wort/Bild-Marke anzuwenden. Alles Material sollte einheitlich darauf abgestimmt werden.

Im Fachbeirat soll ein Handbuch erarbeitet werden, aus dem hervorgeht, wer die Wort/Bild-Marke nutzen darf.

Die Ergebnisse werden zeitnah vorgetragen.

Die Leistungsträger im Tourismus werden gebeten, die Wort/Bild-Marke zu verwenden.

4. Genehmigungsverfahren für die Umnutzung von Wohngebäuden zum Beherbergungsbetrieb

Ursula Fallapp erläutert:

In der Elbe-Jeetzelt-Zeitung vom 30. März 2016 war zu lesen, dass viele der Ferienwohnungen und Fremdenzimmer, die Vermieter in Lüchow-Dannenberg anbieten, nach geltender Rechtslage illegal betrieben werden. Die Niedersächsische Bauordnung gilt als Richtlinie. Dieser zufolge sind Ferienwohnungen und Fremdenzimmer keine Wohnungen, sondern Betriebe des Beherbergungsgewerbes. Dies bedeutet, dass eine Ferienwohnung, die bisher als Wohnung genutzt war, jetzt eine Ferienwohnung ist, eine Nutzungsänderung erfahren muss. Diese Nutzungsänderung ist zu beantragen.

Dem Bericht der Elbe-Jeetzelt-Zeitung zufolge haben sich daran einige Anbieter nicht gehalten. Derzeit recherchiert der Landkreis, wer möglicherweise eine illegale Ferienwohnung betreibt. Die Baubehörde des Landkreises Lüchow-Dannenberg stellt klar, dass sie kooperativ handeln will. Manfred Haacke, Leiter des Fachdienstes Bau, hat am 24. Mai 2016 im Gildehaus Lüchow über die Niedersächsische Bauordnung und über die Rahmenbedingungen zur Genehmigung von Nutzungsänderungen zu Ferienwohnungen referiert.

Viele Vermieter haben diesem Vortrag beigewohnt.

Abschließend wird empfohlen:

Wer eine Ferienwohnung bzw. ein Hotel besitzt, sollte sich, sofern nicht bekannt ist, ob eine Genehmigung vorliegt, mit der Baugenehmigungsbehörde in Verbindung setzen.

5. Erarbeitung von Angeboten zur Vermarktung im Marketingbüro Hamburg/Altona

Ursula Fallapp trägt das Aufgabengebiet vor:

- **Touristische Angebote vermarkten und verkaufen**

Diverse Veranstaltungen und spezielle Angebote machen die Samtgemeinde Elbtalaue zu einem interessanten Ziel für Tagesausflüge, Wochenendaufenthalten, Kurzurlaube oder aber auch für einen längeren Aufenthalt.

Dabei bekommt die Anbindung des Zugverkehrs an den HVV-Tarif eine große Bedeutung. Hier soll vermehrt für Tagesausflüge geworben werden.

Ein Fahrplan zum Mitnehmen wurde bereits ausgearbeitet. Hier sind die Zugverbindungen aufgeführt, die einen direkten Anschlusszug haben. So ist ein Umsteigen ohne langen Warteaufenthalt möglich.

Der nächste Schritt ist eine Ausarbeitung für die einzelnen Haltestationen.

Für die Samtgemeinde Elbtalaue sind es folgende Stationen:

- Göhrde
- Leitstade
- Hitzacker (Elbe)
- Dannenberg (Elbe)

Dabei sollte Augenmerk auf die unterschiedlichen Zielgruppen gelegt werden:

- Familien mit Kinder
- Radurlauber
- Wanderer
- Reiturlauber
- Naturbegeisterte
- Musikliebhaber (Sommerliche Musiktage)

Die Tagesurlauber werden mit einem Angebot gelockt, welches die Neugierde weckt; z.B. mit Slogans wie:

„Sie wollten schon immer mal mit Ihren Kindern auf Zwergensuche gehen?“ oder „Haben Sie Ihren Kindern schon mal gezeigt, wo die Zwerge wohnen?“ oder „Haben Sie die Hauptzutat für Ihr Pilzragout schon gefunden?“ o.ä.

Auch wird explizit darauf hingewiesen, dass das Fahrrad im Zug mitgenommen werden kann.

Slogan z.B.:

„Ihr Fahrrad wünscht sich einen Tapetenwechsel?“ o.ä.

Hier sollen dann auch für einen Tagesbesuch die Museen „Naturum“, „Das alte Zollhaus Hitzacker“ und „AZH Hitzacker“ mit aufgenommen werden. Auch einzelne Highlights sollen mit eingearbeitet werden, wie der Kletterpark Hitzacker (Elbe), das Wildgatter, die Sofafloßfahrt auf der Elbe, der Ausblick auf dem Weinberg über die Elbe und die Stadt Hitzacker (Elbe), Waldmuseum mit Naturlehrpfad, Waldlabyrinth, Wasseransichten, Kajakfahrt auf der Jeetzel, aber auch einzelne Terminvorschläge, wie z.B. Pilzkundeführungen.

Wichtig für den Hamburger ist es, dass zum Schluss ein Endpreis auf den Vorschlag erscheint. Da in dieser Region die Eintrittspreise im Gegensatz zu der Metropole moderat sind, wird dieses mit Sicherheit die Besucher locken; fallen doch auch schon kaum Fahrtkosten an, da die meisten Leute bereits Inhaber einer HVV-Karte sind.

Aus diesen einzelnen Tagesbausteinen sollen dann ohne weitere Mühe Vorschläge für ein Wochenende zusammengefügt werden. Wiederum mit einem Endpreis als Ergebnis; z.B. Pilzkundeführung und am nächsten Tag ein Wanderkurs durch die Göhrde; zur Erprobung der neu gewonnen Erkenntnisse, einen Tag Kletterkurs im Kletterwald Hitzacker (Elbe); am nächsten Tag Sofafloßfahrt usw.

Es werden verschiedene Übernachtungsangebote aufgelistet sein: Hotel, Ferienappartement (soweit für eine Nacht möglich), oder Privatzimmer, um den unterschiedlichen Ansprüchen gerecht zu werden.

Durch die Bausteine könnte ohne Weiteres auch ein Wochenaufenthalt werden oder sogar ein mehrwöchiger Aufenthalt.

Ein zweiter Schwerpunkt ist die Zusammenarbeit mit der Prignitz.

Es wäre denkbar, eine Schifffahrtsroute zwischen Hitzacker (Elbe) und Wittenberge aufzubauen. Wenn auch die Prignitz einzelne Bausteine erstellen könnte, würde eine Kombination von einem Elbtalau-Baustein mit einem Prignitz-Baustein möglich werden. Dieses würde das Angebot für die Metropole Hamburg erweitern.

Auch wäre durch eine Kombination die Unterbringung von größeren Gruppen in einem Hotel der Prignitz möglich, natürlich mit einem vorherigen Zwischenstopp in der Elbtalau.

- **Neubürger für die hiesige Region gewinnen und leerstehende Immobilien anpreisen**

Durch die Darbietung der leerstehenden Immobilien im Mercado-Einkaufszentrum, die im September stattfindet, rechnet man vermehrt mit dem Interesse der Einwohner der Metropole Hamburg. Niedrige Preise der einzelnen Immobilien mit Grundstück führen zu Erstaunen.

Auch die Tatsache, dass es hier Potenzial gibt, sich mit einem Geschäft selbstständig zu machen, spielt eine große Rolle.

Hier ist eine Zusammenarbeit mit den Immobilienanbietern notwendig.

Es soll ein Katalog erstellt werden, in dem alle Immobilienangebote erfasst sind, sozusagen eine Zusammenfassung der Exposees.

Es gibt bereits eine Vorlage, die als Vorspann der Exposees genutzt werden kann. Samtgemeinde Elbtalau „Region der kreativen Ideen“ ist dafür sehr geeignet.

- **Neue Wirtschaftspartner gewinnen**

Neue Wirtschaftspartner sollen durch ein einzurichtendes Netzwerk gewonnen werden.

Durch die Verknüpfung einzelner Wirtschaftspartner untereinander, ist in relativ kurzer Zeit ein größeres Netzwerk aufgebaut.

Eventuell könnte hier neben der Metropole Hamburg auch mit der Prignitz zusammengearbeitet werden.

Die größte Schwierigkeit hierbei stellt die Verkehrsanbindung der Region Elbtalau dar.

Zu erkunden ist:

Wie machen es andere? Was gibt es zu beachten? Wie kann das Problem der Verkehrsanbindung gelöst werden? Welche Unternehmen gibt es, die nicht zu sehr auf eine Anbindung angewiesen sind?

Können durch einen Doppelstandort (Hamburg-Elbtalau) solche Probleme gelöst werden? usw.

So könnte vielleicht in Zusammenarbeit ein Konzept für die Elbtalaue erstellt werden.

- **Netzwerke schaffen**

Hier ist zu überlegen:

- Welche Netzwerke wären für die Region förderlich?
- Was soll durch die Netzwerke erreicht werden?
- Gibt es bereits Netzwerke, die ausgebaut werden können?
- Wo soll der Schwerpunkt liegen?

- **Veranstaltungen bewerben**

Die Bewerbung der Veranstaltungen muss noch intensiver betrieben werden. Durchsagen oder Anzeigen direkt in den ERIXX-Zügen oder dem Metronom sollen erfolgen.

Bei den Veranstaltungen, die in den Abendstunden stattfinden, muss ein Pauschalangebot mit Übernachtung erarbeitet werden. Dieses soll mit den Hoteliers und Privatzimmerbesitzern erarbeitet werden. Denkbare Veranstaltungen sind „Lange Nacht der schönen Künste“ und Veranstaltungen im VERDO und Ohm´schen Haus. Diese Angebote sollen dann durch die Bausteine des touristischen Angebotes erweitert werden.

Die Anwesenden begrüßen die vorgetragene Vorgehensweise.

6. Präsentation der Region im Mercado-Geschäftshaus in Hamburg/Altona

In der Zeit vom 6. bis 10. September 2016 wird erneut eine Präsentation im Mercado in Hamburg/Altona stattfinden.

Diese Präsentation richtet der Marketingverein ALMA Elbtalaue mit den Dannenberger Immobilienmaklern aus. Das Thema der Ausstellung steht unter dem Tenor „Immobilien aus der Samtgemeinde Elbtalaue“.

Auch die Baugebiete werden mit aufgezeigt.

7. Verschiedenes

Nächste Sitzung

Die nächste Sitzung wird für den Januar 2017 verabredet.

8. Schließung der Sitzung

Der Spartensprecher der Sparte A „Tourismus und Gastronomie“ Rolf Hagemann schließt die Sitzung um 20.42 Uhr.

Ursula Fallapp
Protokollführerin