

Gemeindeverwaltung  
Ostseebad Binz

## NIEDERSCHRIFT

über die 11. Sitzung des Betriebsausschusses des Eigenbetriebes Kurverwaltung am  
05.01.2016

Beginn: 18.00 Uhr

Ende: 20.49 Uhr

anwesend: (siehe X)

Unter dem Vorsitz von                      Herrn Ulf Dohrmann

Gemeindevertreter:

1. Ulf Dohrmann	X
2. Heinz Borchert	X
3. Holger Szymanski	X
4. Silke Schneider	X
5. Bernhard Franke	X

sachkundige Einwohner:

6. Mario Kurowski	X
7. Oliver Waechter	X
8. Helge Colmsee	X
9. Jan Steinfurth	e

Gäste:

Herr Gardeja, Kurdirektor

Protokoll der 11. Sitzung des Betriebsausschusses des Eigenbetriebes Kurverwaltung am 05.01.2016

Teilnehmer: siehe Anwesenheitsliste  
 Ort: Haus des Gastes, Heinrich-Heine-Straße 7  
 Beginn: 18.00 Uhr  
 Ende: 20.49 Uhr

## **Tagesordnung**

### **öffentlicher Teil**

#### **Zu 1. Eröffnung der Sitzung**

Der 1. Stellvertreter des Betriebsausschusses eröffnet die 11. Sitzung des Betriebsausschusses Eigenbetrieb Kurverwaltung.

#### **Zu 1.1 Begrüßung und Feststellen der form- und fristgerechten Ladung**

Der 1. Stellvertreter begrüßt alle Gäste, die Ausschussmitglieder, den Kurdirektor, Vertreter der Presse und wünscht allen einen gesunden und frohen Start ins neue Jahr.

Es wird festgestellt, dass form- und fristgerecht geladen wurde.

#### **Zu 1.2 Feststellen der Beschlussfähigkeit**

Der 1. Stellvertreter informiert, dass zwei Ausschussmitglieder ihr Mandat niedergelegt haben (die ehemalige Vorsitzende, Frau Dr. Tomschin und Frau Dr. Rohde-Baran). Entschuldigt fehlt Herr Steinfurth. Die Beschlussfähigkeit ist gegeben.

### **Zu 2. Bestätigung der Tagesordnung**

Herr Kurowski stellt den Antrag auf Änderung der Tagesordnung.

Der TOP 8.2 (Ironman) im nichtöffentlichen Teil der Sitzung sollte von der Tagesordnung genommen werden, weil die geforderten Unterlagen nicht vollständig zugeleitet wurden. Im September wurde beantragt, den Mitgliedern den Vertrag inkl. der Anlagen zur Verfügung zu stellen.

Von mehreren Gemeindevertretern wurde ebenfalls der Antrag zur Einsicht des Vertrages gestellt, da auch die Gemeindevertreter (auch die ehemaligen Gemeindevertreter) diesen Vertrag nicht gesehen haben.

Es ist mittlerweile der 3. Antrag, nun sollte endlich gehandelt werden.

Der Eindruck entsteht, dass sich dagegen verwehrt wird.

Weiterhin bittet er darum, den TOP Ironman im öffentlichen Teil der Sitzung zu behandeln, da ein öffentliches Interesse besteht.

Dieser Tagesordnungspunkt sollte für die Februar-Sitzung aufgenommen werden (mit allen Unterlagen und der Beantwortung der dazu gestellten Fragen).

Der Kurdirektor bestätigt, dass es zu diesem Thema einen Beschluss des Betriebsausschusses gibt. In einer Gemeindevertreterversammlung wurden durch den Projektverantwortlichen die Zahlen von 2014 und 2015 zum Ironman ausführlich vorgestellt.

Der Vertrag für den Ironman ist für 5 Jahre geschlossen, der Wirtschaftsplan mit der Position Ironman ist für 2016 bestätigt und daher wird der Ironman stattfinden. In die Vergangenheit zurück zu blicken ist nicht sinnvoll, zumindest nicht, wenn ein Format nach vorne entwickelt werden soll. Er möchte von den Mitgliedern wissen, was sich konkret ändern soll. Das Format oder die Einstellung zum Format und was für Dinge aus der Vergangenheit zum Ironman aufzuarbeiten sind.

Weiterhin gibt er den Hinweis, dass der Bürgermeister die Möglichkeit in einer Gemeindevertretersitzung angeboten hat, dass der Vertrag in der Gemeindeverwaltung jederzeit eingesehen werden kann.

**Abstimmung zum Antrag von Herrn Kurowski zur Änderung der Tagesordnung (TOP Ironman), dass der TOP 8.2 im nichtöffentlichen Teil der Sitzung von der Tagesordnung genommen und in der Betriebsausschusssitzung am 16.02.2016 als TOP in öffentlichen Teil aufgenommen wird.**

**Abstimmung:**

Ja-Stimmen:	4
Nein-Stimmen:	2
Enthaltungen:	2

Dem Antrag wird gefolgt.

**Abstimmung zur Tagesordnung mit der Änderung:**

**Abstimmung:**

Ja-Stimmen:	7
Nein-Stimmen:	1
Enthaltungen:	-

**Zu 3. Bestätigung der Niederschrift der 10. Sitzung des Betriebsausschusses vom 11.11.2015 - öffentlicher Teil**

**Abstimmung:**

Ja-Stimmen:	5
Nein-Stimmen:	-
Enthaltungen:	3

**Zu 4. Informationen des 1. Stellvertreters**

Der 1. Stellvertreter informiert über die Vorweihnachtszeit. Aufgefallen ist, dass mit der Weihnachtsdekoration im Ort etwas verspätet begonnen wurde. Schön wäre es auch, wenn die Hauptstraße wieder einen entsprechenden Lichterschmuck bekommt, was nach Information in diesem Jahr auf Grund der sehr vielen defekten Leuchten kurzfristig nicht möglich war.

Der Weihnachtsmarkt war eine tolle Veranstaltung und wurde gut angenommen. Die Gäste und die Schausteller waren größtenteils zufrieden.

Für den Weihnachtsmarkt sind 4 Tage zu kurz. Eine Erweiterung über 2 Wochenenden wäre gut. Inzwischen ist der Weihnachtsmarkt zu einem etablierten Ereignis geworden. Im Namen vieler Gäste wäre es gut, den Weihnachtsmarkt mit den Jahren weiter auszubauen und evtl. die Hauptstraße mit einzubeziehen, um so noch mehr Bewegung im Ort zu erzielen und eine besondere Weihnachtsatmosphäre zu erreichen. Geprüft werden sollte, ob die Straßenschließungen notwendig sind. Hier wäre es besser, Umleitungsschilder aufzustellen.

Der Strand war sehr gut besucht. Die Glühweinstube wurde gut angenommen.

Am 27.12.2015 (Sonntag) erfolgte ein Einsatz der Polizei, die aufgrund einer anonymen Anzeige aufgefordert wurde, ihrer Kontrollpflicht in Bezug auf die Bäderregelung nachzukommen. Die Polizei hat den Ort kontrolliert und die Geschäfte zur sofortigen Schließung aufgefordert.

Die Auslastung zwischen den Jahren war sehr gut. Sehr erfreulich war, dass die Hoteliers, Gastronomen und Einzelhändler zufrieden waren. Die Atmosphäre des Neujahrsmarktes war sehr dürrtig. Ein Gesamtkonzept hat gefehlt.

Das Höhenfeuerwerk war gut. Für das nächste Jahr sollte das Feuerwerk mehr in Szene gesetzt werden.

Die Reinigung am Neujahrstag war hervorragend. Großen Dank an die Kurverwaltung, an die Mitarbeiter der Technikbereiches.

## **Zu 5. Einwohnerfragestunde**

Herr Tomschin:

### **Weihnachtsmarkt**

Der Weihnachtsmarkt war super, war gut besucht und es war eine tolle Atmosphäre.

Einziger Kritikpunkt ist die Vielzahl der Menschen auf diesem Weihnachtsmarkt.

Diesem Problem sollte sich gestellt werden. Zu überlegen wäre, diesen zu entzerren und evtl. zu vergrößern. Die Umsetzung sollte evtl. stückweise erprobt werden (auch im Hinblick auf eine saisonverlängernde Maßnahme).

### **Tagekurkarten**

Festgestellt wurde, dass die Tageskurkartenautomaten nicht funktionieren.

Frage: Wie ist die Zielstellung zur Inbetriebnahme? Diese Thematik wird sehr schleppend umgesetzt. Über die Standorte sollte evtl. auch noch einmal überdacht werden. Die Tageskurkarten sind mit einem „P“ versehen, dies ist irreführend.

Wie sind die Vorstellungen der Kontrolle? Die Kontrolle ist ein großes Thema der Einnahmegenerierung.

### **AHOI GmbH**

Es ist nicht gut, wichtige Entscheidungen der Kommune aus der Zeitung zu erfahren.

Das Selliner Spaßbad soll erhalten werden. Die AHOI GmbH ist eine 100%-ige Tochtergesellschaft der TZR. Was ergibt sich daraus? Die Kommune zahlt einen Beitrag an die TZR und ist dann sicherlich auch an der AHOI GmbH beteiligt. Können daraus irgendwelche Konsequenzen für die Kommune entstehen?

### **Antwort zum Weihnachtsmarkt:**

Die Idee der Erweiterung wurde schon einmal erprobt wurde – hat allerdings nicht funktioniert. Gerne kann sich der Sache noch einmal angenommen werden und über ein sinnvolles Gesamtkonzept nachgedacht werden. Auch könnte über einen neuen Standort nachgedacht werden, um so eine noch größere Strahlkraft zu erreichen.

Der Weihnachtsmarkt ist auch ein wichtiges Thema im Veranstaltungsbereich. Nicht nur in Bezug auf den Standort und den Zeitraum, sondern auch thematisch soll bereits 2016 eine Anpassung vorgenommen werden.

Themenschwerpunkte sind z. B.:

- Angebote für Kinder und Familien
- Kunsthandwerk
- weitere Investitionen in die Weihnachtsbeleuchtung im Gemeindegebiet
- Weihnachtsmarkt caritativ mit einem „Haus der guten Tat“
- Mittelalterlicher Markt

An andere Bereiche im Gemeindegebiet soll angeknüpft werden, um die Auflage stärker zu punktieren und die Leute zu leiten.

**Antwort zu den Tageskurkartenautomaten:**

Die Automaten sind seit dem 2. Quartal 2015 im Besitz der Kurverwaltung und haben sehr lange im Technikbereich gestanden, weil keine Gründungsfundamente dafür gemacht wurden.

9 Automaten wurden aufgestellt, für einen Automat muss noch ein Standort gefunden werden (evtl. in der Nähe des Bahnhofes). Diese Automaten sind derzeit nicht betriebsfähig, weil derzeit keine Software in der Programmierung ist und die notwendigen Funktionen, wie die Preissystematik für andere Nutzergruppen, Mehrsprachigkeit oder die Funktion Wechselgeld abzubilden.

Die Kontrolle der Tageskurkarten durch Personal wurde final noch nicht gelöst. Hier muss noch eine Regelung gefunden werden.

**Antwort zur AHOI GmbH:**

Die AHOI GmbH ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der Tourismuszentrale Rügen. Trotz optimierter Vertragsgestaltung besteht immer ein Restrisiko. Auf unmittelbare Vermögensgegenstände über die Kapitalbeteiligung an der TZR hinaus kann nicht zugegriffen werden. Der Auftrag/Beschluss zur Gründung der AHOI GmbH wurde dem Geschäftsführer von den Gesellschaftern der TZR erteilt.

Herr Szymanski möchte aufgrund von Anfragen wissen, ob die Regelung des Rabattes für die Nutzung des Spaßbades von 10 % für Kurkarteninhaber auch für die Binzer Kurkarte zutreffend ist.

Der Kurdirektor bestätigt, dass die Möglichkeit besteht, den Rabatt ab 1.1.2016 zu erhalten.

In Bezug auf die Äußerungen zu den Tageskurkartenautomaten ist Frau Dr. Tomschin erschüttert. Zusammen mit dem ehemaligen Kurdirektor Herrn Schenk wurden die Tageskurkartenautomaten-Varianten angesehen. Eine Vorführung in der Kurverwaltung hat stattgefunden und die aufgeführten Kritikpunkte konnten realisiert werden. Auch lag ein konkretes Angebot eines alternativen Dienstleisters vor. Jetzt wurden einfach andere Automaten angeschafft. Wer hat das zu verantworten?

Weitere Anfragen sind:

Warum ist der Frischemarkt nicht in der Ausschreibung?

Ist die Spende an den Radsportverein im vergangenen Jahr geflossen?

Wie steht es um die Veranstaltung Märchenwelt?

Anmerkung zur AHOI GmbH:

Ein kommunalbetriebenes Wasserunternehmen rechnet sich nicht.

Unabhängig vom touristischen Wert ist über kurz oder lang daran denken

evtl. ein Hotel zu planen, welches mitfinanziert. Über kurz oder lang wird es negative Auswirkungen für alle Bereiche haben. Ob dann die TZR die Mittel über die Kommunen hat, ist zu bedenken.

### **Zu TOP 6. Informationen der Kurverwaltung**

Der Kurdirektor informiert über die Statistik kumuliert bis auflaufend Dezember 2015.

Es ist ein Wachstumsplus von 4 % bei Gästeankünften und Übernachtungen zu verzeichnen.

Damit liegt Binz über den Landesdurchschnitt (derzeit knapp 3 %) und auch über den Durchschnitt im Bund (Gesamtdeutschland).

Dies ist eine tolle Größenordnung für den Ort Binz.

Weiterhin informiert der Kurdirektor über die Märkte, in denen sehr viel gemacht wurde, zu den Reisezielen und zum internationalen Markt, zum Thema Mobilität und zur Nutzung der gesundheitsorientierten Angebote, ortsgebundenen Heilmitteln sowie die Integration der Natur in eine Jahreskampagne.

Grundsätzlich ist der Familienurlaub sehr stark gewachsen. Wachstumsraten von 7 % im Ostseebad.

Für die Marke Binz wird in diesem Jahr im März nach der ITB mit einem Markenprozess begonnen, weil derzeit nicht ausreichend dargestellt ist, wofür das Ostseebad tatsächlich steht und mit welchen Zielgruppen zukünftig gearbeitet werden sollte.

Die Positionierung ist dringend notwendig. Im strategischen Markenprozess ist auch vorgesehen das Thema Prora mit zu entwickeln. Ziel ist, mit welchen Werten, Bedürfnissen, Themen die Zielgruppen und Märkte erreicht werden sollen.

Gewünscht: Zusammenarbeit mit dem Betriebsausschuss und auch mit den Leistungsträgern im Ort, um die Marke kompatibel zu machen.

Bei der Webseite ostseebad-binz.de besteht ein großer Nachholebedarf in Bezug auf die Präsentation der Themen und Zielgruppen, aber auch bei der Buchbarkeit oder die Präsentation von buchbaren Möglichkeiten (Logis, Gastronomie, Kultur usw.).

Soziale Medien:

Auch hier gilt es, eine Inhaltsplanung auf den Weg zu bringen, die von Themen im Jahr abhängig ist. Fünf weitere Web 2.0-Portale werden auf den Weg gebracht.

Außerdem werden

- Bewegtbild
- Produktion eines Imagefilmes
- 4 Themenvideos
- Pressekonzept (Pressedatenbank),
- Basispresstexte in 5 verschiedenen Sprachen

produziert.

**Messebesuche**

CMT in Stuttgart, ITB und Messekooperation mit der TZR, FFV Binz und dem TMV.

**Beschilderung im Ort**

Die Beschilderung im Ort ist nicht optimal. Es gibt unterschiedliche Beschilderungssysteme. Das Beschilderungssystem soll neu gestaltet werden. Die sehr unterschiedlichen Beschilderungssysteme im Ort werden standardisiert und derzeit kartiert. Ebenso werden die Infotafeln überarbeitet und in das System integriert.

**Müllbehälter**

Die Müllbehälter auf der Strandpromenade (auch für die im Bau befindliche Promenade), wie auch die im Ort, wurden auf einen Standard (eine Güteklasse, eine Farbe) gebracht. Neu angeschafft werden auch die Abfallbehälter am Strand, die zur Hauptsaison aufgestellt werden.

**Bänke Seebrücke**

Die Bänke auf der Seebrücke werden im Januar saniert. Das Holz stammt aus ökologisch bewirtschaftetem Anbau, welches durch spezielle Bearbeitung auch längerfristig haltbar ist.

**Haus des Gastes**

Geplant sind Sanierungs- und Umbauarbeiten von Touristinfo, Besuchertoiletten, Tagungs- und Seminarräumen, Galerie und Bibliothek.

**6.1 Zahlen und Fakten :: Marktforschung****6.2 Marketing- und Kommunikationsschwerpunkte 2016/2017**

Es besteht eine Medienkooperation über den TMV mit der Rheinischen Zeitung in der Auflage von 1,2 Mio. Diese wird im Mai/Juli auf den Weg gebracht.

Im Reisejournal der WAZ – ebenso in Kooperation mit dem TMV – mit einer Auflage von 1,2 Mio. eine Direktbeilage.

Weiterhin ist eine kooperative Herbst-/Winterkampagne mit den Themen, die orientiert auf Genießer und Wellness ausgerichtet sind, geplant. Kampagnenraum: Berlin, Leipzig, Hamburg, Hannover und Bremen. Bei der Kampagne im April/Mai dieses Jahres sollen Neukunden adressiert oder Intervallgäste in den westdeutschen Wachstumsmärkten erreicht werden.

**Themenmarketing:**

In diesem Jahr steht das Thema Natururlaub/Naturerlebnis. Ein Fotograf wird fortlaufend, auch über die Saisonzeiten hinweg, ein Portfolio an Bildern liefern.

Der dänische Markt soll beworben werden, welcher ein sehr interessanter Markt ist. Die Fährverbindungen sind sehr gut.

### **6.3 Veranstaltungsplanung 2016**

- Monat der Bäderarchitektur als saisonverlängernde Maßnahme, das Thema Sommerfrische wird integriert und sinnvoll fusioniert
- Film am Strand (Kopfhörer-Partys ausprobieren)
- Strandkino
- Musik und Tanz
- Weihnachtsmarkt
- Ironman (Stralsund 2016 anzubinden funktioniert nicht, weil es sehr großer logistischer Aufwände bedarf, um diese Strecke sicherheits- und genehmigungsfähig zu machen.)

Deshalb gibt es wieder die klassischen Strecken wie 2015.  
Derzeit gibt es Gespräche mit dem Wirtschaftsministerium zur Unterstützung.

Der Binzer Halbmarathon mit Cross- und Promenadenlauf wird mit der 1. Bike & Swim-Veranstaltung erweitert.

Grundsätzlich sollen die Markenprofile Kunst und Kultur weiter herausgearbeitet werden (Ausstellungen Haus des Gastes etc.).

Die i-Marke für die Touristinformation der Kurverwaltung wurde verlängert. Vielen Dank an das Team.

#### **Antworten auf Anfragen zu den Ausführungen:**

Das klassische Anbaden wird auch bei einer Zusammenlegung mit dem Monat der Bäderarchitektur und der Sommerfrische stattfinden.

Die finanziellen Mittel für die Umbauarbeiten usw. sind im Haushalt vorhanden.

Für strategische Arbeiten soll es die Unterstützung von einer Agentur geben. Sinnvoll ist eine Arbeitsgruppe mit 8 - 10 Leuten. Die Vorbereitungen und Strukturen müssen vorerst geschaffen werden.

Der Frischemarkt wird stattfinden. Die Ausschreibung ist derzeit in Vorbereitung.

Das Gespräch mit dem Radsportverein (Herrn Trilk) muss noch geführt werden.

#### **Thema Märchen**

Vorgesehen ist, dass das Thema Märchen grundsätzlich auch stärker während der Saison an Strand und an tollen Orten stattfinden soll. Diese Versuche gab es schon einmal. Teilweise waren 50 – 70 Kinder anwesend. Es sollen durchgängige Veranstaltungen am Schmachter See stattfinden und ein Märchenzelt auf dem Weihnachtsmarkt aufgebaut werden.

Die Idee, die von den Kollegen aus dem Jagdschloss thematisiert wurde, soll als Herbstthema aufgenommen werden.

Hinweis: Die Künstlermeile sollte bei Veranstaltungen stärker einbezogen werden, damit die Besucherströme gelenkt werden können.



Internationales Marketing:

Es erweckt den Eindruck, eher europäisch das Marketing zu betreiben. Gibt es auch Werbung außerhalb Europas? Vielleicht ist es möglich, die Website der Kurverwaltung in englischer Sprache zu verfassen.

Im Rahmen der Neukonzeption werden länderspezifische Seiten in einer gewissen Struktur aufgebaut, weil nicht alle Märkte alle Themen interessieren. Der Anspruch besteht, in 4 Sprachen darzustellen (Deutsch, Englisch, Niederländisch, Schwedisch).

Anregung:

Das Thema Wassersport wird zu wenig behandelt. Es gibt viele andere Orte, die keinen eigenen Hafen haben und trotzdem eine Kooperation betrieben wird, wie z. B. der Sassnitzer Hafen für Boote oder Strandsegeln, Regatten. Die Nutzung des Schmachter Sees. Dies sind Ansatzpunkte, worüber auch mal nachgedacht werden sollte.

#### **6.4 Vergabe und Ausschreibung :: Strandkiosk Prora**

Die Ausschreibung zum Strandkiosk Prora ist soweit, dass diese zur Prüfung bei der unteren Rechtsaufsicht eingereicht werden kann. Die Ausschreibung wird im Sinne der VOL-A – zusammen mit einem Ideenwettbewerb erfolgen.

An der Ausschreibung für den Frischemarkt wird gearbeitet.

Vorbereitende Ausschreibung für das Catering auf dem Kurplatz (Sonderveranstaltungen, 7 bis 8 Termine im Jahr) für 2017. Die Vergabe wurde systematisiert, auch von einer Kanzlei begleitet. Ebenso wurde eine Vergabesystematik erstellt, so dass alle Kolleginnen und Kollegen damit arbeiten können.

#### **6.5 Stand der Baumaßnahmen**

Strandpromenade:

Die Strandpromenade gehört ab 01.01.2016 in das Sondervermögen der Kurverwaltung. Sämtliche Leistungsbereiche des Technikbereiches, wie z. B. Baumschnitt usw. müssen überprüft werden, ob diese Leistungen intern oder extern erfolgen. Der Baufortschritt für die neue Strandpromenade liegt derzeit im Zeitplan.

Rettungsturm/WC-Gebäude:

Dazu wird es ein Gespräch mit dem Bauamt und dem Architekturbüro geben, um die Ausschreibung auf den Weg zu bringen, so dass mit dem Bau im Oktober 2016 begonnen werden kann.

Nachfrage, ob bereits mit dem LFI gesprochen wurde und die Möglichkeit besteht, den Info-Pavillon mit zu integrieren.

Die Zweckbindung ist auf 25 Jahre für den Betrieb des Pavillons festgelegt. Aber nicht für den Standort. Zurzeit laufen die Arbeiten zur Integration in die Standortplanung. Eine Integration in den Neubau ist nicht möglich, weil dort Ver- und Entsorgungsflächen sind. Die Möglichkeiten beschränken sich auf das Freihalten der Sichtachsen.

Kurbereichserweiterung Prora

Bevor der Antrag gestellt werden kann, sind einige Prämissen zu erfüllen. Die Investitionsvorbereitung für die Baumaßnahme erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Bauamt.

### **6.6 Änderungen der Bäderregelung**

Die Gewerkschaft hat Klage erhoben gegen die ab 01.01. gültige Bäderregelung (Erlass des Wirtschaftsministers). Für das Ostseebad Binz und die prädikatisierten Orte hat die neue Bäderregelung keine Auswirkungen. An den Öffnungszeiten muss kreativ und offener gearbeitet werden. Für die Feiertage muss ein Thema gesetzt werden.

### **6.7 Bericht vom Tourismustag MV**

Der Kurdirektor berichtet vom Tourismustag MV in Rostock, welcher unter dem großen Thema „Fortschreibung des Marken- und Kommunikationskonzeptes“ stand.

#### **Zur Gestaltung Kurplatz:**

Es wurden 6 Pagodenzelte wurden angeschafft.

Ziel ist es, einen einheitlichen Standard für Veranstaltungen anzuschaffen.

Weitere Anregung zum Kurplatz:


Investition in den Pavillon, damit dieser dem Anspruch der Gäste entspricht.

Mit der Gestaltung des Caterings muss auch der Kurplatz neu gestaltet werden.

Vorher schnellstens prüfen, was bei der Gestaltung möglich ist, Höhe der Investition, wer investiert.

Vorschlag:

Bis zur Saison schon die Ideen sammeln, um diese dann umsetzen zu können. Die Ausschreibungen müssen rechtzeitig erfolgen. Welche Veranstaltungen sollen stattfinden, welches Design verpflichtet zur Anschaffung, Ausrichtung der Optik.



Ulf Dohrmann  
1. Stellvertreter  
des Betriebsausschusses



Kai Gardeja  
Kurdirektor



M. Putzke  
Protokollantin