

## Übersicht über Vermarktungsarten der Höhenfestpunkte

Das AFIS-Attribut Punktvermarktung ist wie folgt definiert:

'Punktvermarktung' gibt an, mit welcher Marke der Festpunkt im Boden oder an baulichen Anlagen gekennzeichnet ist und auf welche Stelle der Punktvermarktung sich die Koordinaten, Höhen und Schwerewerte beziehen (siehe Katalog der AFIS-Vermarktungsarten). Wenn der Bezugspunkt nicht in der Spalte 'Bezeichner' des Katalogs nicht anders definiert wird, ist es die höchste Stelle bzw. die Mitte der Oberfläche der Vermarktung.

Für das Attribut Punktvermarktung können viele verschiedene Werte vergeben werden. Die für die Höhenfestpunkte in M-V relevantesten Werte und ihre Bedeutung sind in der folgenden Tabelle aufgelistet.

<b>Punktvermarktung (Bezeichner)</b>	<b>Wert</b>
Marke	1000
Unterirdische Festlegung (des RfL)	3000
Unterirdische Festlegung Sonderform	3010
Unterirdischer Pfeilerbolzen	3030
Unterirdischer Bolzen	3040
Unterirdische Säule	3060
Unterirdischer Rammstab	3070
Rohrfestpunkt	3100
Mauerbolzen	3200
Mauerbolzen, waagrecht eingebracht (mit Inschrift)	3210
Mauerbolzen, senkrecht eingebracht (mit Inschrift)	3220
Höhenmarke (des RfL)	3230
Pfeilerbolzen	3300
Pfeilerbolzen, Naturstein, Bolzen waagrecht	3310
Pfeilerbolzen, Naturstein, Bolzen senkrecht	3320
Pfeilerbolzen, Beton, Bolzen, waagrecht	3330
Pfeilerbolzen, Beton, Bolzen senkrecht	3340
Markstein	3830
Schraubbolzen	3840
Sonstiges	9999