

Übersicht über die Vermarktungsarten der Lagefestpunkte

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 Lagefestpunkte in M-V relevantesten Werte und ihre Bedeutung sind in der folgenden Tabelle aufgelistet.

Punktvermarktung (Bezeichner)	Wert
Marke	1000
Festlegung 1. Ordnung	2100
Festlegung 3. bis 5. Ordnung	2110
Plattformbolzen mit Aufschrift TP	2140
Turmbolzen mit Aufschrift TP	2150
Alte Festlegung von Mecklenburg, ehemals 1. bis 2. Ordnung	2420
Alte Festlegung von Mecklenburg, ehemals 2. bis 3. Ordnung	2430
Alte Festlegung von Mecklenburg, ehemals 4. Ordnung	2440
Festlegung Orientierungspunkt	2710
Betonpfeiler	2760
Knopf	2800
Spitze	2820
Kreuz (Mitte)	2830
Helmstange	2840
Fahnenstange	2850
Wetterstange	2860
Blitzableiter	2870
Antenne	2870
Platte	2900
Sonstiges	9999