hafenheimat
NEUSTADT IN HOLSTEIN

STADTMARKETING

Kompass 2020

22.08.2019

20 JAHRE STADTMARKETING NEUSTADT IN HOLSTEIN

– 1999	Engagement der Gewerbetreibenden
1999 – 2006	Initiierung Stadtmarketing, Umsetzung durch externe Agentur
2006 – 2008	Teilzeitstelle Stadtmarketing
2009 – heute	Vollzeitstelle Stadtmarketing

Erfolgreiches Stadtmarketing durch stetige Institutionalisierung und gute Kooperation von Gewerbeverein, Stadtverwaltung, Selbstverwaltung und Stadtmarketingkoordinatoren

STADTMARKETING - RELAUNCH 2016

Nach zehn Jahren institutionalisiertem Stadtmarketing war es Zeit für einen Relaunch, denn

- die Arbeitskreise hatten ihre Projekte erfolgreich umgesetzt und sich z.T. bereits aufgelöst
- die Stadt muss sich attraktiver präsentieren, um potentielle Neubürger zu gewinnen und ihren Teil zur Bekämpfung des Fachkräftemangels beitragen
- der Wandel der Zeit erfordert es, für die Stadt Neustadt in Holstein ein **unverwechselbares Profil** zu erarbeiten, um im **Wettbewerb** mit anderen Städten in der Region bestehen zu können

Der Fokus lag in den Jahren 2012 bis 2015 auf der Gründung und „Anlaufphase“ der TALB - eine Neuorientierung des Stadtmarketings wurde bis 2015 nicht mitgedacht.

WAHLVERSPRECHEN & BÜRGERWUNSCH

- Ausbau & Vernetzung von Stadtmarketing & Tourismus
- Darstellung unserer Stadt
- Wirtschaftsförderung
- Innenstadt
- Tourismus und Freizeit
- Gesundheitsstandort
- Lebensqualität
- Kunst und Kultur
- Förderung und Unterstützung des Ehrenamtes



WESHALB STADTMARKETING?

„Investitionen und Kommunikation müssen sich primär an Einwohner richten, erst sekundär an Touristen.“
Susanne Eckes, Zukunftsinstitut

oder einfach gesagt:

„Was wir für uns tun, ist auch für unsere Gäste gut!“

VISION „STADTMARKETING“

Eine klar definierte Identität für Neustadt in Holstein!

Inhaltliche Ziele

- Menschen sollen sich mit „ihrer Stadt“ identifizieren
- Unsere Stadt inhaltlich aufwerten – und damit auch für die Gäste
- Wichtige Orientierungshilfe für alle sein
- Echte Leistungsdifferenzierung schaffen
- Attraktive Schwerpunktthemen entwickeln und verfolgen
- Das Miteinander stärken und Aufgaben klar abgrenzen

WO STEHEN WIR?

Positionsbestimmung August 2019

Aufgaben + Herausforderungen



EIGENE IDENTITÄT + IDEE!

FÜR NEUSTADT, PELZERHAKEN UND RETTIN ATTRAKTIV!

Markenversprechen

Neustadt in Holstein mit den Seebädern Pelzerhaken und Rettin ist das Herz der Region Lübecker Bucht mit lebendigem Hafentreiben, einmaligen Wasserportbedingungen und entspanntem Strand- und Stadtleben für jung und alt.

So sind wir für viele der Ort des persönlichen Glücks, geliebtes Zuhause und (Wahl)Heimat.

Neustadt in Holstein –
meine hafenheimat

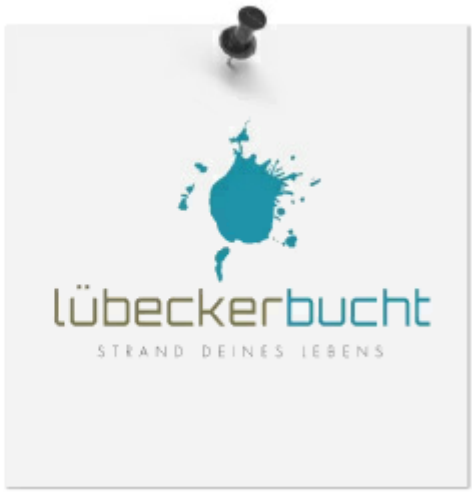
maritim
begeisternd
meins
lebendig
miteinander

MARKENSYNCHRONISIERUNG!

MIT VISION + AUFTRITT DER LÜBECKER BUCHT!

hafenheimat
NEUSTADT IN HOLSTEIN





LÜBECKER BUCHT AKZEPTANZ!

NEUSTADT ALS HERZ DER REGION INSZENIEREN

STARKES SYMBOL

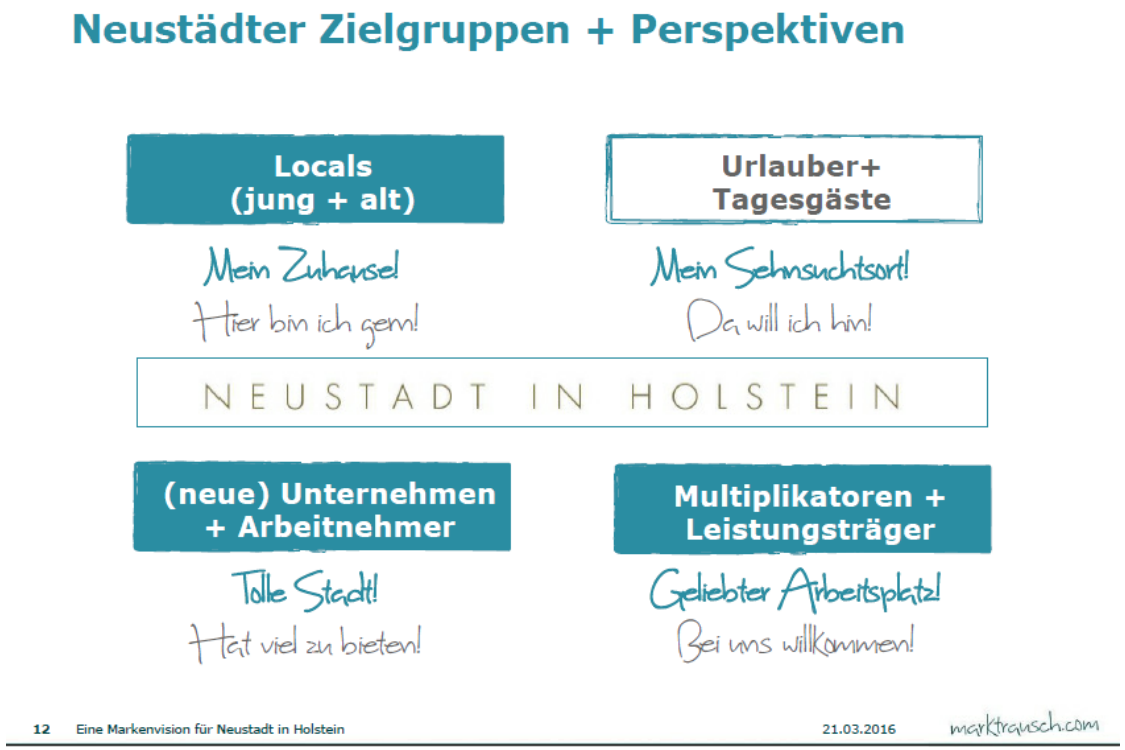


Aufgaben + Herausforderungen



KLARE STRUKTUREN!

TOURISMUS + STADTMARKETING ZIEHEN AN EINEM STRANG!



Wir haben

- Zielgruppen definiert,
- Zusammenarbeit & Schnittstellen optimiert

Ineffizient sind

- Ressourcen im Bereich Veranstaltungen,
- Abstimmung von Sonderprojekten

Aufgaben + Herausforderungen



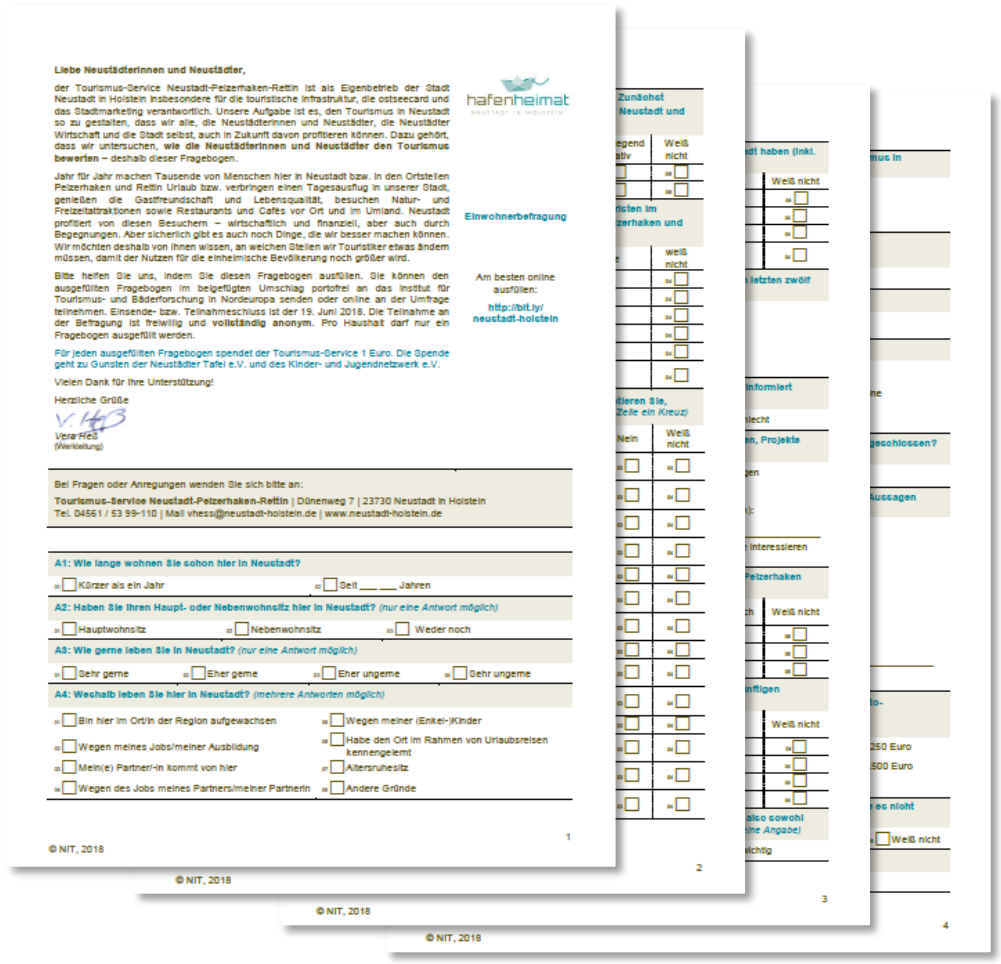
ALLE MITNEHMEN!

MARKENVERSTÄNDNIS + TOURISMUSBEWUSSTSEIN SCHÄRFEN!

Einwohnerbefragung Tourismusakzeptanz

Insgesamt stehen die Befragten dem Tourismus in Neustadt in Holstein positiv gegenüber. Um zukünftig weiterhin die **Akzeptanz der Einheimischen** zu erhalten, sollen die **Begleit-Effekte** des Tourismus beobachtet und im Kontext bewertet werden.

Stadtmarketing ist das „Kommunikationsinstrument“, um das Heimat-Gefühl und Wirtschaftsförderung in Einklang zu bringen.



ALLE MITNEHMEN!

MARKENVERSTÄNDNIS + TOURISMUSBEWUSSTSEIN SCHÄRFEN!

- Einheimische und Gäste und zu Fans machen
- Gewerbetreibende bei der Entwicklung neuer Ideen und Produkte unterstützen:
  - Individuelle hafenheimat Produkte von Einzelhändlern
  - Schatzkiste = Produkte für Wiederverkäufer





ALLE MITNEHMEN!

MARKENVERSTÄNDNIS + TOURISMUSBEWUSSTSEIN SCHÄRFEN!



ALLE MITNEHMEN!

GUT INFORMIEREN!

- Verstärkung der Pressearbeit

- „Winterschöne hafenheimat“ – alle Veranstaltungen auf einen Blick
    - Information für Einheimische, gegen das Gefühl, im Winter sei nix los…
    - Verteilung an alle Haushalte
    - Zweite Auflage Winter 2019/20 in Arbeit

NEU im Stadtmarketing:

- Neubürgerbroschüre 2020
    - Projekt vom Amt 1 übernommen



CHECKLISTE

EIGENE IDENTITÄT | MARKENSYNCHRONISIERUNG | LÜBECKER BUCHT AKZEPTANZ

MIT DER „HAFENHEIMAT“ HABEN NEUSTADT, PELZERHAKEN UND RETTIN EINE EIGENE IDENTITÄT ERHALTEN UND STÄRKEN DADURCH DIE LÜBECKER BUCHT!

KLARE STRUKTUREN

IM BEREICH VERANSTALTUNGEN MÜSSEN KLARE STRUKTUREN GESCHAFFEN WERDEN, UM DIE RESSOURCEN SINNVOLL EINZUSETZEN

ALLE MITNEHMEN

WICHTIGE ORIENTIERUNGSHILFE FÜR ALLE SEIN
DAS MITEINANDER UND DIE IDENTITÄT STÄRKEN
TOURISMUSAKZEPTANZ BEIBEHALTEN!

FORTFÜHRUNG NOTWENDIG!

hafenheimat
NEUSTADT IN HOLSTEIN

CHECKLISTE

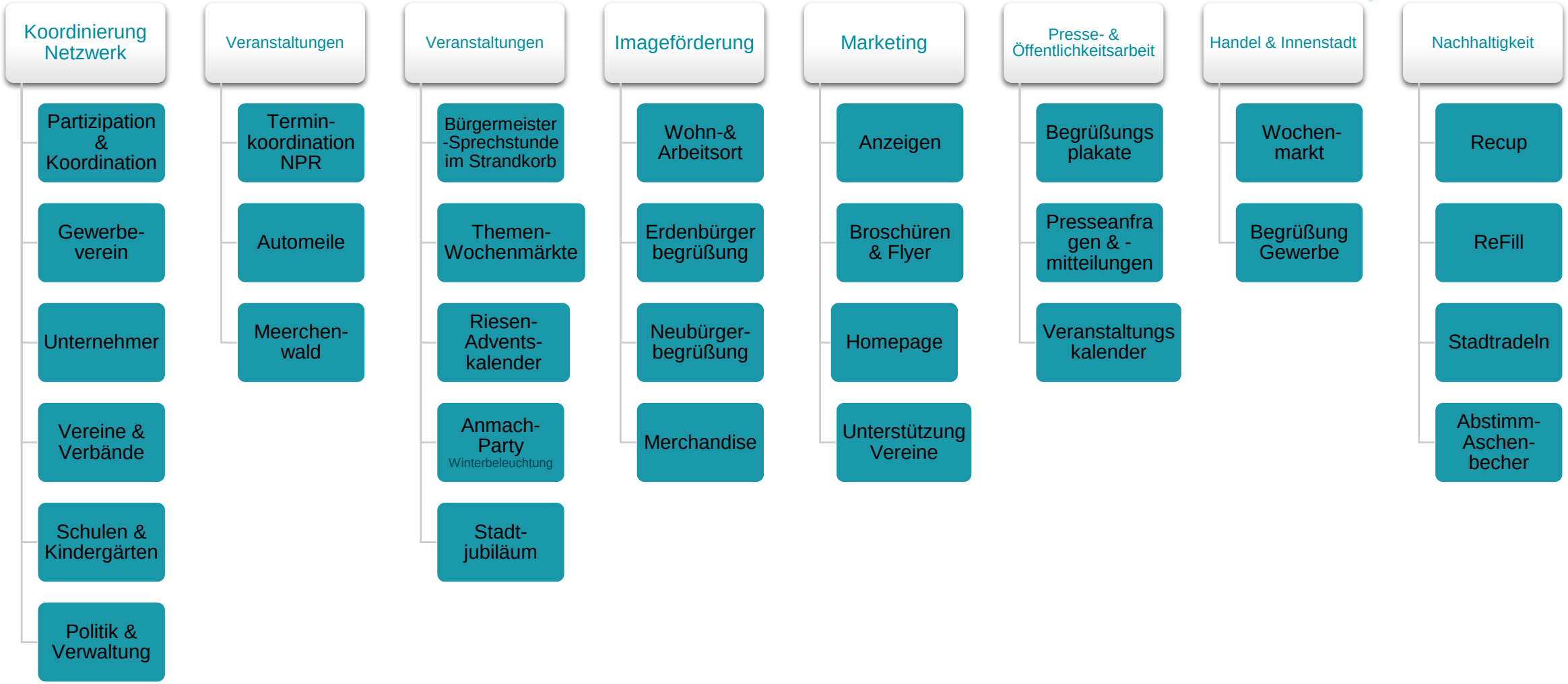
NEUES STADTMARKETING!
IMPULSGEBER FÜR THEMEN UND ANGEBOTE

BAUSTEINE FÜR NEUE PERSPEKTIVEN & AUFGABEN

22.08.2019

PROJEKTÜBERSICHT

PROJEKTCLUSTER 2018/2019



NEUE PROJEKTE

NACHHALTIGKEIT FÜR ALLE

Bsp. ReCup:

- Ideengeber Kartin Körting & Melanie Hosse
- Recherche der Problematik und der Zielstellung: Einwegmüll vermeiden - welcher Bedarf besteht für Neustadt?
- Hindernisse: Hygienevorschriften, wenige Rückgabestellen
- Recherche pro & contra unterschiedlicher Systemanbieter
- Mitstreiter gewinnen & runden Tisch organisieren
- Systemeinführung und Pressearbeit
- Anfragen der Nachbargemeinden bedienen und Netzwerkarbeit leisten



Die Anforderungen an Stadtmarketing wachsen, da die Projekte bzgl. der Anzahl und des Umfangs stetig steigen.

Die Umsetzung aller aufgeführten Projekte Stadtmarketing war nur möglich aufgrund personeller Unterstützung durch

- Auszubildende (80 %)
- Projektassistenz (50 %)
- Werkleitung (Vertretung Stadtmarketing 12/2014 – 03/2015 und 08/2017-07/2018)



hafenheimat
NEUSTADT IN HOLSTEIN

UND JETZT:

KOMPASS 2020





NEUES STADTMARKETING

Impulsgeber für Themen und Angebote!

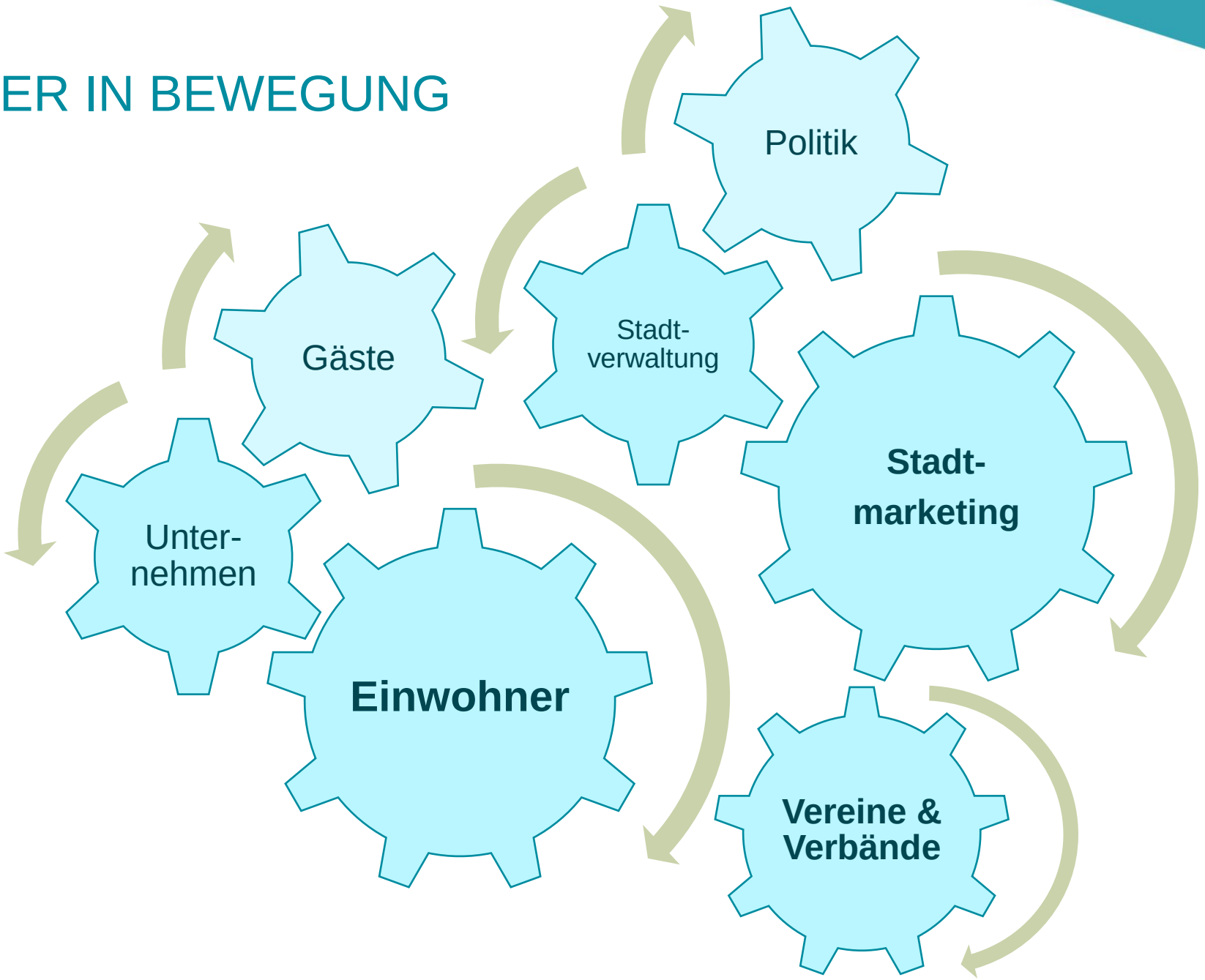
ERFOLGREICHES STADTMARKETING

Mittlere und kleinere Städte können ihren Lebens- und Wirtschaftsraum erfolgreich für die **Zukunft absichern**, wenn sie ein **markantes Profil entwickeln** und zukunftsorientierte **Profilthemen** strategisch besetzen.

Das städtische Place Making ist immer ein Doppelpass-Spiel – zwischen der Fokussierung auf Spitzenleistungen und einer Vermarktung, die die **Identität** und die **Marken-Werte** der Stadt konsequent und emotional transportiert.

Es geht also im Stadtmarketing um die Herausforderung, mit tragfähigen Strukturen einen ganzheitlichen Ansatz nachhaltig zu verfolgen.

IMMER IN BEWEGUNG



ZUKUNFTSWERKSTATT STADTMARKETING

Bedarfsermittlung:

Wie sieht Stadtmarketing im Jahr 2025 aus?

ZUKUNFTSWERKSTATT STADTMARKETING

17. MAI 2019



Link zum Video:
https://www.youtube.com/watch?v=SEsbFao7U6Q

ZUKUNFTSWERKSTATT || TEIL 1 || 17.05.2019



Wünsche an die „hafenheimat“ im Jahr 2025

ZUKUNFTSWERKSTATT || TEIL 2 || 27.06.2019

ABSTIMMUNG DER SCHWERPUNKT-THEMENFELDER

Einheitlicher Ansprechpartner für Neubürger & neue Gewerbetreibende

Changemanagement

Vorreiter begleiten

Persönliche Netzwerkarbeit

Beirat – Strategieentwicklung- & Kommunikationsgruppe

Profilierung in Zeiten des Fachkräftemangels (Tourismus & Gesundheitsstandort)

Neue Mitarbeiter von auswärts ansprechen

Temporäre Besucher zu Einwohnern/Arbeitnehmern machen

Keine Veranstaltungsplanung und -umsetzung

Stadtentwicklung ist Stadtmarketing, Bsp. Aufenthaltsqualität, Stadtmöblierung

Quartiersmanager

Leerstandsmanagement

Ansprechpartner für Stadtmarketing ist Gewerbeverein (GV = Lobby-Arbeit?)

Google & Co.- Impulse für Gewerbetreibende

Begründung/Erklärung von Lösungen (PR/Kommunikation Stadtverwaltung & Politik)

Flexible Kommunikationsmöglichkeiten

Kontinuierliche Kommunikation, Erfolgsfaktoren herausstellen

Klare Zuständigkeit & gute Erreichbarkeit

Sachorientierte Organisation

Aufgabenstellung/Themen klären / Schwerpunkt verlagern

ICH PACKE MEINEN KOFFER

… und nehme neue Projektideen mit!

Stadtmarketing: Impulsgeber für neue Themen und Angebote


32 kg
MAXIMALGEWICHT PRO
GEPÄCKSTÜCK



BEIRAT & PROJEKTGRUPPEN

MITMACH-MARKE HAFENHEIMAT

Stadtmarketing-Beirat = Beratungsfunktion & Impulsgeber für Stadtmarketing

Projektgruppen können bei Bedarf gegründet und bei Beendigung des Projekts wieder aufgelöst werden

Aktive Mitgestaltung begünstigt die Identifikation der Bürger mit der Stadt

Mitmachen darf jeder - Teilnahme per Losverfahren

WildCard für Seniorenbeirat, Kinder- und Jugendparlament



Wichtig:

Bürgermeister & Stadtmarketing verantworten Steuerung und Controlling der Markenprozesse!

Strategische und finanzielle Entscheidungen durch Ausschuss/StvV sind unabdingbar!

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG:

„WIRTSCHAFTSLOUNGE“

<u>Wirtschaftslounge</u>

öffentliche Veranstaltungsreihe mit einem oder mehreren Vorträgen zu aktuelle Themen aus den Bereichen Wirtschaft und Politik präsentiert und diskutiert werden

Plattform für Austausch und Vernetzung

Impulsvorträge & Seminare für Unternehmer & Mitarbeiter

<u>Nachwuchsförderung</u>

Kontaktbörse für Praktikums- und Ausbildungsplätze in Neustadt

Start up Beratung mit IHK



LEERSTANDSMANAGEMENT:

„BULLAUGEN-SCHAUFENSTER“

Projekt: Leerstand verschönern

Leerstand „unauffälliger“ gestalten

Schaufenster im hafenheimat-look dekorieren

Zwischennutzung anregen

Neugierde für Stadtbummel wecken – was gibt es neues hinter den Bullaugen zu entdecken?



Wichtig: Stadtmarketing kann keinen Einfluss auf die Miethöhe nehmen und nicht als Immobilienmakler funktionieren!

QUARTIERSMANAGEMENT:

„OFFENE AUGEN FÜR DIE INNENSTADT“

Projekt: Aufenthaltsqualität schaffen

Klönschnack-Möbel

Aktion Saubere Innenstadt







IMPULSGEBER FÜR NEUE THEMEN UND ANGEBOTE

MEGATREND NACHHALTIGKEIT

Bewusstsein schaffen, dass *jeder einzelne Bürger* Einfluss auf eine saubere, lebenswerte Umwelt hat

Maßnahmen initiieren, dass ein nachhaltiger Umgang mit dem Lebensraum Neustadt-Pelzerhaken-Rettin gut gelingen kann (Bsp. Recup, Stadtradeln, Refill, etc.)

-> wichtig: Partizipation der Bürger!



Ziel für Neustadt vereinbaren:

„Neustadt in Holstein soll im Jahr 2025 die nachhaltigste Kommune im Kreis Ostholstein sein“

messbare Unterziele vereinbaren!

Bsp. Föhr „Plastikfrei wird Trend“:

„In 75% der Einzelhandelsgeschäfte auf der Insel Föhr und der Hallig Hooge werden Ende 2017 kreislauffähige Einkaufstaschen angeboten und zurückgenommen.“

IMPULSGEBER FÜR NEUE THEMEN UND ANGEBOTE

MEGATREND NACHHALTIGKEIT

Projekte, die wir auf den Weg gebracht haben, wie

- ReCup
  - Mehrwegbecher fördern!
- Refill
  - kostenlos Trinkwasser nachfüllen!
- Stadtradeln
  - für ein gutes Klima & weniger PKW-Nutzung auf kurzen Strecken
- Abstimm-Aschenbecher
  - Kippen bewusst entsorgen





STADTRADELN
Radeln für ein gutes Klima



…müssen betreut und weiterentwickelt werden!

IMPULSGEBER FÜR NEUE THEMEN UND ANGEBOTE

Projektidee: Megatrend Nachhaltigkeit

Plastikfrei – nachhaltig einkaufen

- 1. Schritt: Wochenmarkt
- 2. Schritt: Einzelhandel





IMPULSGEBER FÜR NEUE THEMEN UND ANGEBOTE

Projektidee: „BeeStops“ begrünte Buswartestellen



Bildrechte: RBL Media

Projektidee: Urban / Vertical Gardening



Alternative zum Bauzaun
Brückstraße

IMPULSGEBER FÜR NEUE THEMEN UND ANGEBOTE

Projektidee: Fairtrade Town

Es gibt fünf Kriterien:

1. Ratsbeschluss (bei allen öffentlichen Sitzungen fair gehandelter Kafffee + weiteres Produkt);
2. Eine Steuerungsgruppe wird gebildet (mindestens 3 Personen aus Bereichen, Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft);
3. Fairtrade-Produkte im Sortiment;
4. Zivilgesellschaft (Produkte aus fairem Handel werden in öffentlichen Einrichtungen verwendet, darüber hinaus Bildungsaktivitäten, es muss jeweils eine Schule, ein Verein und eine Kirche gewonnen, einmal im Jahr wird eine Aktion zum Thema Fairer Handel durchgeführt,
5. Öffentlichkeitsarbeit: pro Jahr sollen mindestens vier Artikel erscheinen, bei denen die Kampagne erwähnt wird



- Erst wenn alle 5 Kriterien erreicht sind, kann die Bewerbung abgeschickt werden.
- Nach einer Prüfung erhält die Kommune den Titel Fairtrade-Town, für zwei Jahre, Kosten fallen nicht an laut Internetseite

AUSSORTIEREN ODER 2. KOFFER?

Nachfolgend können Sie die Beträge für den Kauf von Koffern, Übergepäck und überdimensioniertes Gepäck prüfen:



Zusätzliches Gepäckstück
Von Ihnen mitgeführtes Zusatzgepäck, welches nicht im Freigepäck inbegriffen ist.

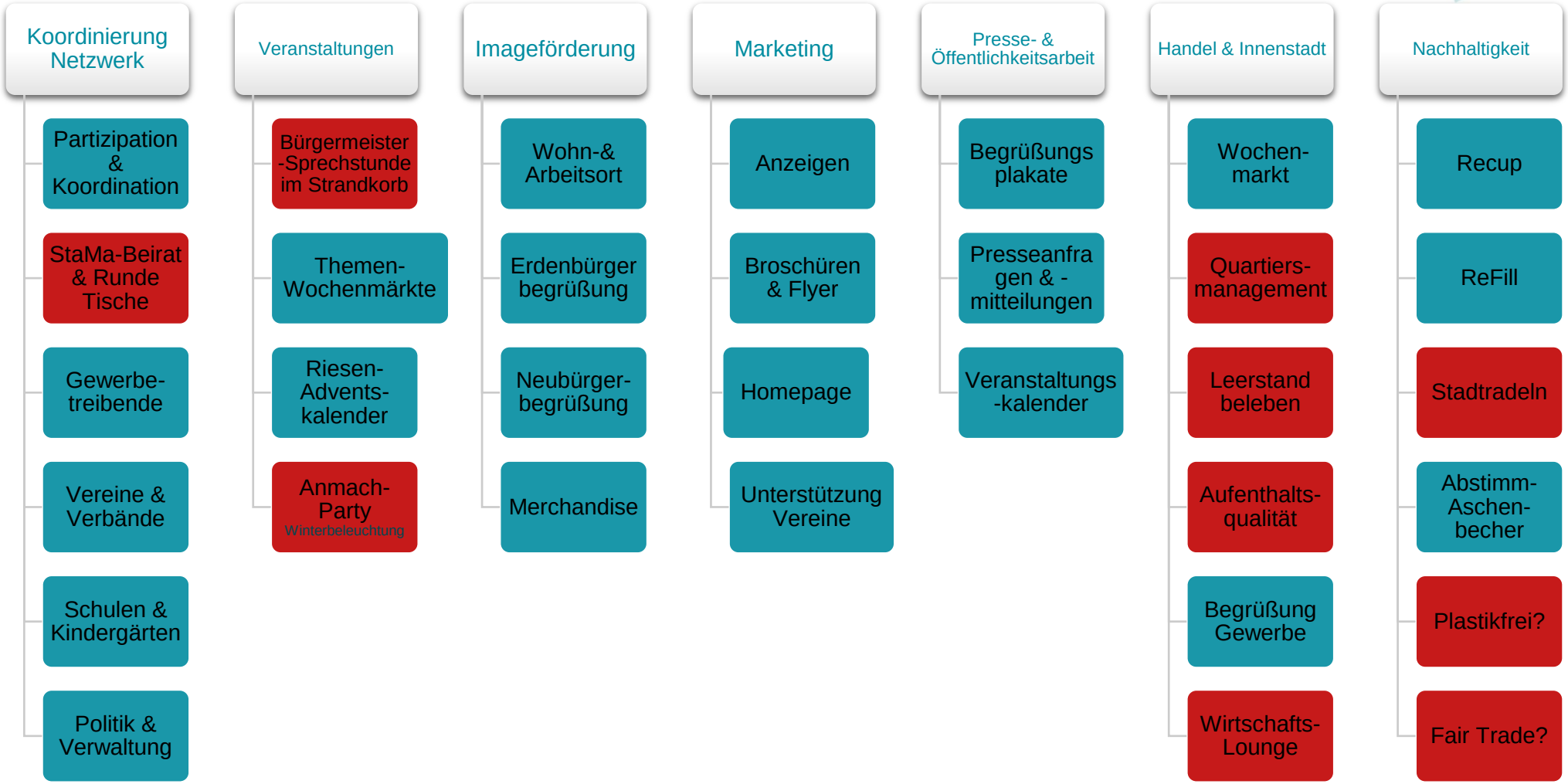


Übergepäck
Gepäck mit Gewicht, das 23 kg pro Gepäckstück überschreitet.



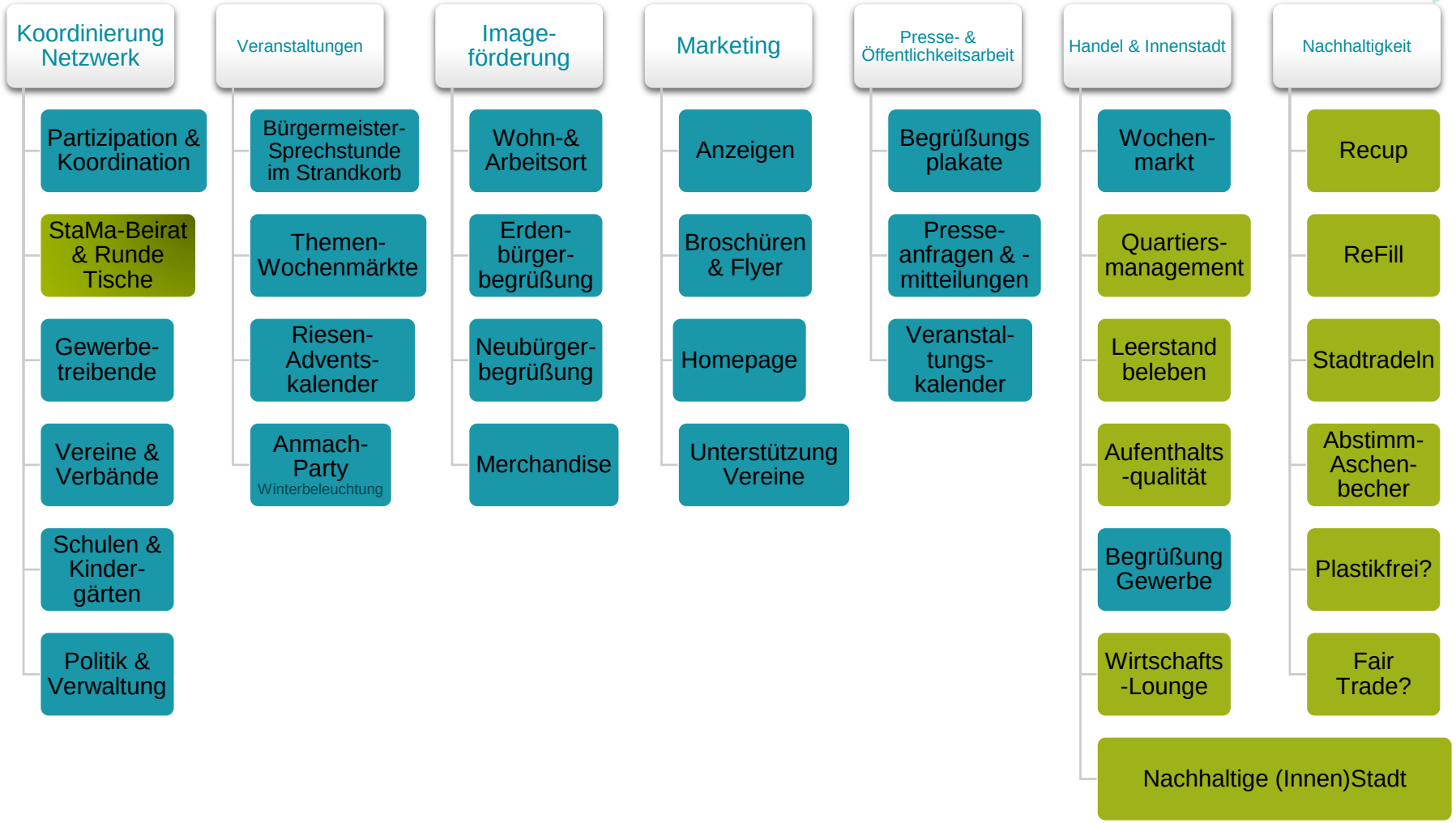
Überdimensioniertes Gepäck
Gepäck, dessen Maße 158 lineare cm (Breite + Dicke + Höhe) überschreitet.

PROJEKTCLUSTER AB 2020
1,0 VZÄ STADTMARKETING



PROJEKTCLUSTER AB 2020

1,0 VZÄ STADTMARKETING + 1,0 VZÄ NACHHALTIGKEIT



FÖRDERUNG NACHHALTIGKEIT

1,0 VZÄ Nachhaltigkeitsmanager

voraussichtlich 55 % Förderung der Personalkosten bis zu 3 Jahre durch AktivRegion möglich:

Integrierte Entwicklungsstrategie AktivRegion Wagrien-Fehmarn 2014-20

Landesschwerpunkt Klimawandel & Energie

KT 2: Erkennen, Überprüfen und Anpassen des eigenen Handelns in Hinblick auf den Klimawandel (Bürger, Unternehmen, Kommunen)

- Sensibilisierung von Entscheidungsträgern und Bürgern *(inkl. Handreichungen und Leitfäden)*
- Mitdenken von Klimawandel und Zukunftsthemen *(inkl. Innovationen)*

NÄCHSTE SCHRITTE

- Kooperation mit Gewerbeverein
    - Zuschuss projektbasiert?
- Ressourcen bündeln im Veranstaltungsmanagement
- Stadtmarketing im „Ort des Geschehens“ – zurück in die Innenstadt?
- Personalressourcen?
- Fördermöglichkeiten?
- Alternativ: welche Projekte streichen?

777 JAHRE NEUSTADT IN HOLSTEIN & NEUSTADT-TREFFEN 2021

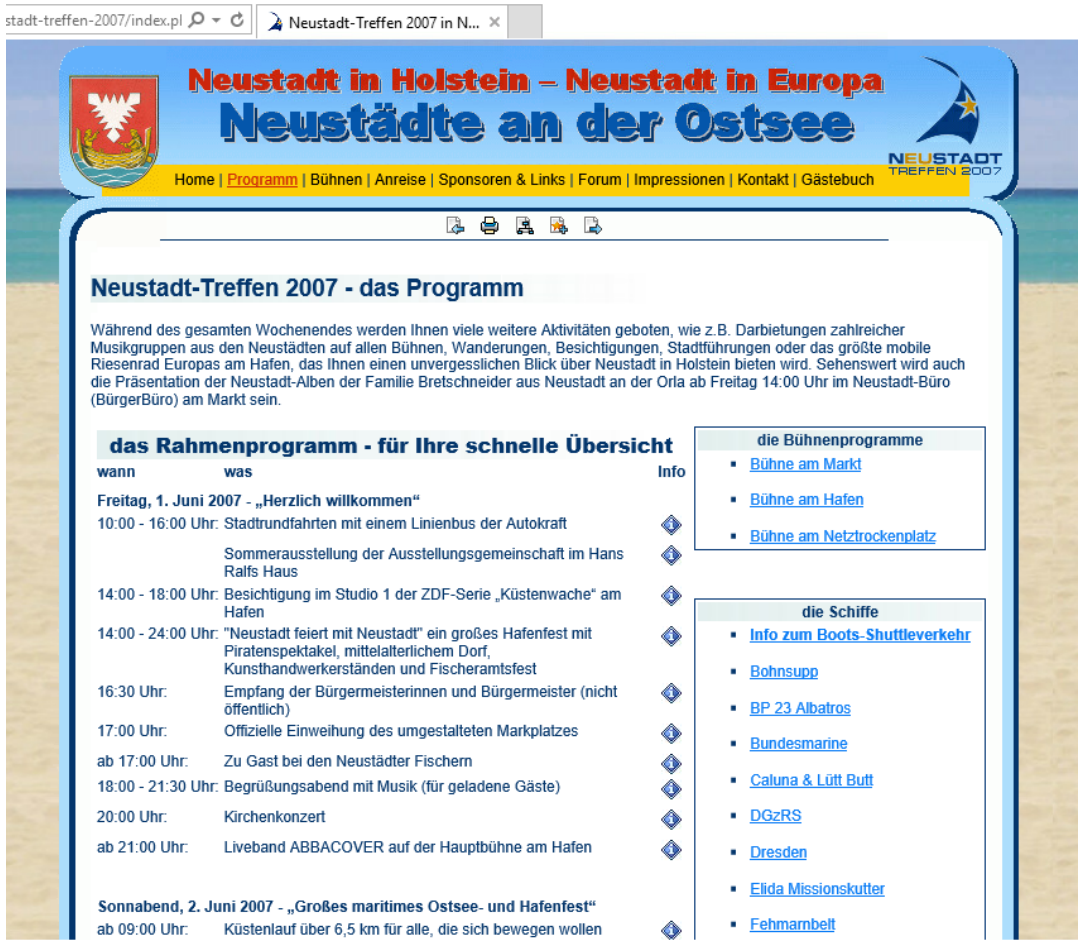
Bitte um Klärung:

- Wie soll das Neustadt-Treffen 2021 aussehen?
- Wer koordiniert es hauptamtlich?



RÜCKBLICK NEUSTADT-TREFFEN 2007

HTTP://HOPSINGS.DE/NEUSTADT-TREFFEN-2007/INDEX.PHP?DO=SCHEDULE



Neustadt in Holstein – Neustadt in Europa

Neustädte an der Ostsee

NEUSTADT TREFFEN 2007

Home | Programm | Bühnen | Anreise | Sponsoren & Links | Forum | Impressionen | Kontakt | Gästebuch

Neustadt-Treffen 2007 - das Programm

Während des gesamten Wochenendes werden Ihnen viele weitere Aktivitäten geboten, wie z.B. Darbietungen zahlreicher Musikgruppen aus den Neustädten auf allen Bühnen, Wanderungen, Besichtigungen, Stadtführungen oder das größte mobile Riesenrad Europas am Hafen, das Ihnen einen unvergesslichen Blick über Neustadt in Holstein bieten wird. Sehenswert wird auch die Präsentation der Neustadt-Alben der Familie Bretschneider aus Neustadt an der Orla ab Freitag 14:00 Uhr im Neustadt-Büro (BürgerBüro) am Markt sein.

das Rahmenprogramm - für Ihre schnelle Übersicht

wann	was	Info
Freitag, 1. Juni 2007 - „Herzlich willkommen“		
10:00 - 16:00 Uhr:	Stadtrundfahrten mit einem Linienbus der Autokraft	
	Sommerausstellung der Ausstellungsgemeinschaft im Hans Ralfs Haus	
14:00 - 18:00 Uhr:	Besichtigung im Studio 1 der ZDF-Serie „Küstenwache“ am Hafen	
14:00 - 24:00 Uhr:	"Neustadt feiert mit Neustadt" ein großes Hafenfest mit Piratenspektakel, mittelalterlichem Dorf, Kunsthandwerkerständen und Fischeramtsfest	
16:30 Uhr:	Empfang der Bürgermeisterinnen und Bürgermeister (nicht öffentlich)	
17:00 Uhr:	Offizielle Einweihung des umgestalteten Markplatzes	
ab 17:00 Uhr:	Zu Gast bei den Neustädter Fischern	
18:00 - 21:30 Uhr:	Begrüßungsabend mit Musik (für geladene Gäste)	
20:00 Uhr:	Kirchenkonzert	
ab 21:00 Uhr:	Liveband ABBACOVER auf der Hauptbühne am Hafen	
Sonnabend, 2. Juni 2007 - „Großes maritimes Ostsee- und Hafenfest“		
ab 09:00 Uhr:	Küstenlauf über 6,5 km für alle, die sich bewegen wollen	

die Bühnenprogramme

- Bühne am Markt
- Bühne am Hafen
- Bühne am Netztrockenplatz

die Schiffe

- Info zum Boots-Shuttleverkehr
- Bohnsupp
- BP 23 Albatros
- Bundesmarine
- Caluna & Lütt Butt
- DGzRS
- Dresden
- Elida Missionskutter
- Fehmarnbelt



ab 21:00 Uhr:	Liveband ABBACOVER auf der Hauptbühne am Hafen	
Sonnabend, 2. Juni 2007 - „Großes maritimes Ostsee- und Hafenfest“		
ab 09:00 Uhr:	Küstenlauf über 6,5 km für alle, die sich bewegen wollen	
	Tag der offenen Tür der DLRG Neustadt i.H. im Strandbad	
10:00 Uhr:	Runde der Bürgermeisterinnen und Bürgermeister (nicht öffentlich)	
ab 10:00 Uhr:	Frühschoppen am Binnenhafen, u.a. mit der Bigband der Bundespolizei	
	Zu Gast bei den Neustädter Fischern	
10:30 Uhr:	Geführte Begehung des Neustädter Kunstkilometers	
	Radtour Herrenhäuser und Ostsee mit dem TSV Neustadt i.H.	
10:00 - 14:00 Uhr:	Gilden- und Jedermannschießen mit Gilde- und Traditionsausstellung	
10:00 - 16:00 Uhr:	Programm der Bundesmarine im Hafenbereich der Marinekaserne mit zahlreichen Aktivitäten	
	Präsentation von Vereinen und Verbänden auf dem Markt, begleitet von Auftritten u.a. Neustädter Musikgruppen auf der Marktplatzbühne	
	Stadtrundfahrten mit einem Linienbus der Autokraft	
10:00 - 18:00 Uhr:	Schiffsfahrten mit Traditionsseglern, Bundesmarine, Privatyachten und vielen weiteren Schiffen	
	Open-Ship, u.a. Hansekogge, Feuerschiff, DGzRS, Marine und Küstenwache	
	Rettungsübungen der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger	
	Sportliche Vergleichswettkämpfe "Spiele am Strand" (Beachvolleyball, Beachhandball)	
	Präsentation der Ev.-Luth. Kirchengemeinde an der Stadtkirche	
	Rundflüge über Neustadt in Holstein vom Flugplatz Hof Altona zum Sonderpreis für alle Neustadt-Treffen-Gäste	
	Infostand "Surf- und Kite" am Strandbad mit Demonstrationen und Schnupperkursen	
	Verkaufsoffener Samstag	
	Besichtigung im Studio 1 der ZDF-Serie „Küstenwache“ am Hafen	
11:00 Uhr:	Wanderung "Rund um Neustadt" mit dem TSV Neustadt i.H.	
11:00 - 12:30 Uhr:	Besonderes Kirchenkonzert (für geladene Gäste)	

- Dresden
- Elida Missionskutter
- Fehmarnbelt
- Johanne
- Kalkgrund Zollkreuzer
- Krik Vig
- Lene
- Lisa von Lübeck
- Meerkatze
- Ninive
- Norden
- Sawa
- Seeadler
- SK Laura
- Solvang
- Titan Motorschlepper
- Undine
- Wikingerschiffe
- Willow Wren
- Wissemara
- Zwillinge von Kappeln

RÜCKBLICK NEUSTADT-TREFFEN 2007





hafenheimat
NEUSTADT IN HOLSTEIN

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!