

Geschäftsbericht

Hameln Marketing und Tourismus GmbH

2016

www.Hameln.de





4 Vorwort

Tourismus

5 Allgemeine Entwicklung

6 Übernachtungen
Erlebnisführungen

7 Gruppengeschäft
Messen / Events / Workshops

8 Print
Online

9 Das Musical „Die Schatzinsel“

10 „200 Jahre Deutsche Sagen
der Brüder Grimm“

11 Rattenfänger-Freilichtspiel
Musical RATS

Stadtmarketing

12 Allgemeine Entwicklung

13 Veranstaltungen

14 Veranstaltungen

15 Weitere Projekte



Hallenmanagement

- 16 Vermarktung und Perspektiven
Weserbergland-Zentrum
- 17 Rattenfänger-Halle
- 18 Mitgliedschaften/Kooperationen
- 19 DTV in Hameln
- 20 Organe der Gesellschaft
- 21 Organisationsstruktur



Jahresabschluss und Prüfbericht

- 22 Bilanz zum 31. Dezember 2016 - Aktiva
- 23 Bilanz zum 31. Dezember 2016 - Passiva
- 24 Gewinn- und Verlustrechnung
- 25 Gliederung des Anlagevermögens
- 26 Prüfungsvermerk
- 27 Impressum



Vorwort

Der Jahresbericht der HMT 2016 lässt sich sehen. Das Geschäftsvolumen der HMT stieg auf über 3 Mio. Euro. In der Gesellschaft verbleibt nach Steuern ein Jahresgewinn von über 23.000 Euro. Über die Bilanz der HMT hinaus wirken die Projekte und Veranstaltungen auf die ganze Stadt und deren Wirtschaft. Erstmals wurde die Marke von 200.000 Übernachtungen überschritten, ein stattliches Plus von 6,7 %.

Im Tourismus stehen die Rattenfänger-Freilichtspiele und das Musical „RATS“ im Fokus. Das Freilichtspiel feierte als Traditionsveranstaltung das 60-jährige Jubiläum. Die geeignete Plattform war der Auftakt für das Jubiläum „200 Jahre Sagen der Brüder Grimm“ der Deutschen Märchenstraße – ein sagenhafter Start mit illustren Gästen und viel Öffentlichkeit.

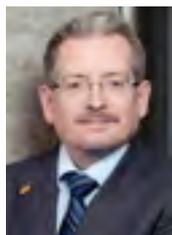
Im Stadtmarketing haben sich das „Pflasterfest“ und „Mystica Hameln“ als Kultveranstaltungen etabliert. Bewährte Projektformate werden kontinuierlich weiter entwickelt. Unterstützt

werden sie durch neue Projektideen wie den Street Food Markt namens „Vollmund“. Das Flächenmanagement wird weiter systematisch ausgebaut.

Das Hallenmanagement hat trotz Personalvacanzen in den Veranstaltungshäusern sehr gute Arbeit geleistet. Messen, Märkte, private Feiern und Kulturveranstaltungen stärken auch hier den Standort Hameln. Der Pachtvertrag mit der Stadt Hameln wird derzeit neu verhandelt.

Mit der „Schatzinsel“ wurde der zeitlich unterbrochene Musical-Reigen wieder aufgenommen. Die HMT und ihr Partner Spotlight Musicals knüpften nahtlos an die Erfolge früherer Produktionen wie „Die Päpstin“ an. Hier liegt für Hameln ein großes Potential, um sich zukünftig als Standort zu positionieren.

Allen Geschäftspartnern und Unterstützern, den Gremien und insbesondere den Mitarbeiter/Innen der HMT danken wir herzlich für ein sehr engagiertes und erfreuliches Jahr 2016.



Michael Vietz, MdB
Aufsichtsratsvorsitzender



Harald Wanger
Geschäftsführer (Vors.)



Dennis Andres
Geschäftsführer

Allgemeine Entwicklung

Zum siebten Mal in Folge hat Deutschland 2016 seinen eigenen Übernachtungsrekord gebrochen. Zählt man zu den 447,2 Mio. Übernachtungen noch 71,4 Mio. Übernachtungen in Ferienhäusern und -wohnungen hinzu, die statistisch nicht erfasst werden, haben wir die halbe Milliarde bereits übersprungen. Deutsche Reiseziele, ob ländliche Regionen oder Städte, genießen im Inland hohen Zuspruch. Im internationalen Vergleich steigen die Reisen nach Deutschland stetig an und sichern damit als Querschnittsbranche insgesamt über 2,9 Mio. Arbeitsplätze ab. Auch der Tagesbesucherverkehr hat einen

sehr hohen Stellenwert, wie man in dem beigefügten Chart bezogen auf die Gesamtausgaben im Tourismus erkennen kann. (Quelle: DTV – Zahlen, Daten, Fakten 2016)

ENORME WERTSCHÖPFUNG DURCH TAGESREISEN

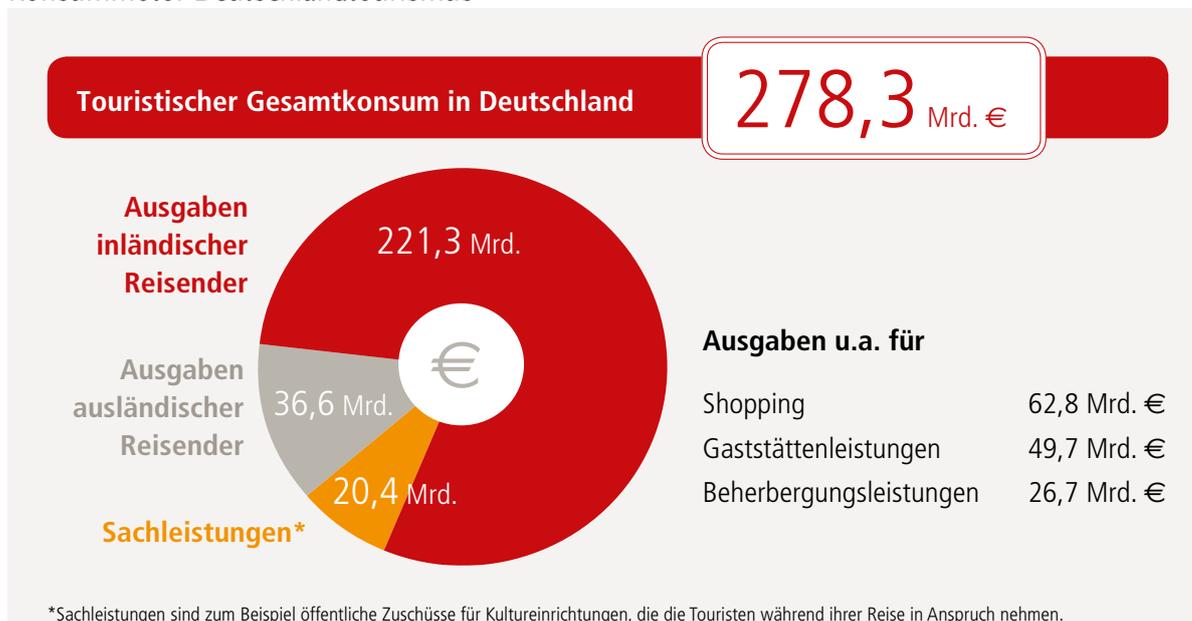
Tagesreisen der Deutschen im Inland



Quelle: dwif e.V., Tagesreisen der Deutschen, München 2013

DTV

Konsummotor Deutschlandtourismus



*Sachleistungen sind zum Beispiel öffentliche Zuschüsse für Kultureinrichtungen, die die Touristen während ihrer Reise in Anspruch nehmen.

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft: Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland, Berlin 2012. Die Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2010.

DTV

Übernachtungen

Die Gästeankünfte stiegen um 6,2 %. Die Zahl der Übernachtungen erhöhte sich von 188.225 im Vorjahr auf 200.818. Das ist eine Steigerung um 6,7 %. Nicht enthalten sind hier die zahlreichen Übernachtungen bei Privatvermietern mit weniger als 10 Betten.

Die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland nahm sogar um 10,6 % zu. Sie stieg von 27.798 auf 30.739; Das entspricht einem Anteil von 15,3 % aller Übernachtungen.

Übernachtungen		
Jahr	Ankünfte	Übernachtungen
2005	77.942	149.780
2006	79.905	147.103
2007	80.984	152.345
2008	80.708	153.164
2009	85.273	162.290
2010*	91.612	177.252
2011*	96.776	196.126
2012*	97.056	192.336
2013*	101.407	185.738
2014*	103.813	185.301
2015	105.569	188.225
2016	112.089	200.818

* inkl. der Betriebsart „Campingplatz“, Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN)

Die wichtigsten ausländischen Quellmärkte waren:

- (Platzierung vom Vorjahr)
1. Niederlande (1)
 2. Großbritannien (2)
 3. Russland (4)
 4. Schweden (3)
 5. USA (7)
 6. Belgien (6)

Die offiziellen Zahlen erfassen nur Betriebe mit mind. 10 Betten.

Erlebnisführungen

Gut gefragt sind neben den Rattenfänger-Führungen auch die Erlebnisführungen. Dafür war die Nachfrage nach den 60-minütigen Stadtführungsangeboten stark rückläufig, u. a. durch Wegfall der Reisegruppen aus den Kurorten.

Neue attraktive Angebote und Verbesserungen in der Gästeführer-Ausbildung sind geplant. Auch die digitale Buchbarkeit wird zukünftig verbessert.

Jahr	Führungen	Pers.-Zahl	Rattenfänger-Aktivitäten*
2004	3.323	64.435	585
2005	3.295	64.274	553
2006	3.250	66.921	637
2007	3.291	71.237	582
2008	3.173	75.895	565
2009	3.564	83.125	595
2010	3.221	74.619	523
2011	3.252	80.715	575
2012	3.298	81.946	546
2013	3.194	86.946	549
2014	3.276	83.689	533
2015	3.303	76.698	694
2016	2.949	66.796	688

*ohne Freilichtspiel und Musical RATS



Gruppengeschäft



Über 4.400 Reiseprogramme verkaufte die HMT als Tages- oder Übernachtungspauschalen. Das bedeutet nach drei mageren Jahren ein Buchungsplus von 16 %. Der Brutto-Umsatz aus dem Geschäftsfeld belief sich auf über 260.000 Euro, ein Zuwachs von 12 %. Gleichwohl hat sich die Konkurrenzsituation durch Internet-Portale und Dumping-Preise in Großstädten (besonders in den Sommermonaten) weiter verschärft. Hinzu kommen vermehrt Direktbuchungen in den Hotels zu Lasten der Städtepauschalen. Viele Interessenten lassen sich von der HMT umfassend beraten, buchen dann aber ihre Teilleistungen wie Hotel, Stadtführung, Abendessen sowie Programmbausteine direkt.



Messen/Events/ Workshops

Am Gemeinschaftsstand des Weserbergland Tourismus präsentierte sich Hameln auf der „Reisen Hamburg“ und der „ABF Hannover“.

Beim „Regions-Entdeckertag“ in Hannover, dem Bürgerfest zu „70 Jahre NRW“ in Düsseldorf, beim Märchenfest in Höxter und dem „Königinnen-Tag“ in Blomberg rührte der Pfeifer für seine Stadt die Werbetrommel.

Traditionell steht der Rattenfänger auch bei der Saison-Eröffnungsfahrt der „Flotte Weser“ werbewirksam im Rampenlicht.

Über die Kooperationen „die 9 Städte in Niedersachsen“, „7 Schlösser im Leine- und Weserbergland“ sowie die „Deutsche Märchenstraße“ hatte Hameln auf weiteren Fach- und Publikumsveranstaltungen wie z.B. der „ITB“ in Berlin, dem „Germany Travel Mart“ in Magdeburg sowie einigen Reismessen im benachbarten Ausland (Utrecht / NL, Brüssel / BE, Herning / DK) einen Fuß in der Tür.



Print

Das neue Corporate Design (CD) wurde erstmalig und konsequent umgesetzt.

Der Reisekatalog „Phantastische Auszeiten“ präsentiert die Unterkunftsbetriebe, Stadtführungs- und Pauschalangebote sowie die wichtigsten Veranstaltungen. Durch diese Bündelung der Informationen ist der Katalog optimal auf die Vertriebsmöglichkeiten der überregionalen Kooperations-Partner der HMT ausgerichtet.

Der „Schuppenprospekt“ zieht seine Bedeutung aus der hohen Auflage und Streuung - jährlich 135.000 Stück.

Für fremdsprachige Besucher werden Informations-Folder in 10 Sprachen bereit gestellt.



Online

Nach der gemeinsamen Ausschreibung mit der Stadt Hameln wurden im Berichtsjahr der Strukturaufbau von hameln.de und die Erarbeitung des Content vorangetrieben. Eine städtische Mitarbeiterin im Textbereich sowie ein externer Fotograf unterstützten dabei maßgeblich. Ziel ist es, für hameln.de als wichtigste Informations- und Buchungs-Plattform für die Rattenfängerstadt einen stringenten Auftritt „aus einem Guss“ zu kreieren. Attraktive Beteiligungsangebote für Handel, Gastronomie und Hotellerie sind in der Bearbeitung. Die Seiten gingen am 2. Mai 2017 online.

Die Zahl der Fans von www.facebook.de/hameln erhöhte sich von 4.800 auf 5.400.

Der online-Newsletter richtete seine Botschaftenzielgruppengerecht an Schulklassen, Firmen, Stammkunden im Pauschalreisesegment, Musical-Fans, Busunternehmen sowie weitere Multiplikatoren.



Das Musical „Die Schatzinsel“



Nach der „Päpstin“ in 2012 und 2013 sowie „Friedrich – Mythos und Tragödie“ 2014 wurde die Reihe großer Musical-Produktionen im Theater Hameln mit der „Schatzinsel“ erfolgreich fortgesetzt.

In der bewährten Kooperation der Produzentin Spotlight Musicalproduktion/Fulda kaufte die HMT 17 Vorstellungen ein, die mit mehr als 9.200 Besuchern zu 80 % ausgelastet waren. Die Auswertung von mehr als 800 Fragebögen ergab die hervorragende Durchschnittsnote von 1,3 (Schulnoten von 1 bis 6).

Die Marketing-Kampagne erstreckte sich dank zahlreicher Kooperationspartner und Sponsoren über ganz Norddeutschland. Zahlreiche TV-, Rundfunk- und Zeitungsberichte brachten die Rattenfängerstadt und das Theater in einem sehr positiven Kontext ins Gespräch.

Nach den Baumaßnahmen im Theater sollen ab 2018 jährlich große Musical-Produktionen nach Hameln geholt werden – bei knapp 3.000 zusätzlichen Übernachtungen auch ein Wirtschaftsfaktor.



Jubiläum „200 Jahre Deutsche Sagen der Brüder Grimm“



2016-2018 feiert die Deutsche Märchenstraße 200 Jahre Sagen der Brüder Grimm. Aus über 500 Sagen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum ragen wenige bekannte heraus, darunter die Rattenfängersage. Das war der Anlass, den Start der Jubiläumsfeierlichkeiten 2016 in Hameln zu begehen. Rund um den Pfeifertag (26. Juni 2016) organisierte die HMT ein überregional, z. T. international beachtetes Festwochenende.

Zahlreiche Sagen- und Märchenfiguren bis hin zu Wilhelm Tell aus der Schweiz und Robin Hood aus England gaben Kostproben ihres Könnens.



Die Rattenfänger-Spielgruppe wurde für ihr 60-jähriges Bestehen geehrt. Ein wahrhaft „sagenhafter“ Gottesdienst mit anschließendem Empfang bildete den offiziellen Rahmen.

Die Museumsausstellung und viele Aktivitäten heimischer Organisationen sorgten für einen spektakulären Beginn des Jubiläums.

Die online-Plattform VIASAGA, eine Initiative der DWZ, unterstützt medial das Genre Sagen, Legenden, Fantasy.



Rattenfänger-Freilichtspiel

Musical RATS



Der 60. Geburtstag vom Rattenfänger-Freilichtspiel stand im Mittelpunkt der Feierlichkeiten zum Grimm-Jubiläum „200 Jahre Deutsche Sagen“. Oberbürgermeister Claudio Griese dankte der Rattenfänger-Spielgruppe in einer Ansprache für das einzigartige, ehrenamtliche Engagement.

Zum Abschluss der Saison legten mit Spielleiter Norbert Meyer und Regisseur Heiko Fuhrmann, zwei tragende Säulen, ihr Amt nieder. In 2017 sollen die Aufgaben neu verteilt und die finanzielle Basis gestärkt werden.

Ungebrochen war auch in der 17. Spielzeit die Begeisterung für das Musical RATS. Sagenhaft bleibt neben der professionellen Show auch der kostenlose Genuss, den zahlreiche Sponsoren und Unterstützer ermöglichten. Hauptsponsoren waren wieder die Stadtwerke Hameln und die Sparkasse Hameln-Weserbergland.

Produktion, Regie und Choreographie lagen in den bewährten Händen von Anke Rettowski. Analog zum Freilichtspiel fungierte auch bei RATS die HMT als Co-Finanzier und Veranstalter.



Allgemeine Entwicklung

Der Geschäftsbereich Stadtmarketing übernimmt Aufgaben, die im gemeinsamen Interesse der Stadt und des Stadtmarketing- und Verkehrsverein Hameln e. V. liegen. Ziel ist es, Standortwerbung mit positiver Imagewirkung sowohl in der Innen- als auch in der Außenwahrnehmung zu betreiben, als Vermittler und Bindeglied zwischen Stadtverwaltung, Bürgern, Wirtschaft, Presse und weiteren Akteuren in Hameln zu fungieren, sowie Gewerbeflächen- und Veranstaltungsmanagement im öffentlichen Interesse zu betreiben. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Themenbereichen Einkaufen und Erleben.

Die zahlreichen Verbesserungen und Innovationen machen sich bezahlt. Gerade die Erweiterung der Veranstaltungsflächen und die Marketingmaßnahmen sorgten für reges Interesse. Wer hätte vor einigen Jahren geglaubt, dass die Mystica Hamelon sich bis an das Weserufer ausdehnt, das Weinfest die Standzahl fast verdoppelt, das Pflasterfest auf 6 Bühnen, zwei DJ-Areas und über 80 Bands anwächst und der Herbstmarkt sich zum Shopping-Magneten entwickelt. Mittlerweile sind die genannten Events die größten und frequenzstärksten der gesamten Region. Das gibt Raum für neues – so wurde erstmalig „VollMund“ Hamelns Street Food Market ins Leben gerufen und sofort bestens angenommen. Untypisch: Alle Veranstaltungen werden vom Stadtmarketing als Veranstalter in Eigenregie durchgeführt und sind speziell auf Hameln zugeschnitten.

Da, wo das Stadtmarketing selbst aus Kapazitätsgründen nicht mehr aktiv werden kann, wurden Fremdveranstaltungen wie „Autumn Moon“ und „Hamelner Bierfest“ für den Standort akquiriert um das Angebot sinnvoll zu ergänzen. Beide Formate haben sich an der Weser etabliert.

Auch werblich wurde das Niveau weiter ausgebaut: Großflächenplakate, überregionale Radiowerbung und gezielte Social Media Kampagnen verfehlten ihr Ziel nicht und wirkten sich positiv auf Hamelns Image und Bekanntheitsgrad aus.

Die neue Weihnachtsbeleuchtung mit Sprüchen aus der Sage und imposanten Sternen konnte noch erweitert und ergänzt werden und ist der Hingucker in der Weihnachtszeit.



Veranstaltungen

Mystica Hamelon mit verkaufsoffenem Sonntag

Die Mittelalter- und Fantasy-Szene hat in Hameln ihren Saisonauftakt gefunden. Mit der erweiterten Fläche wurde das Weserufer in die Veranstaltung eingebunden.



Hameln Pflasterfest

6 Bühnen, 2 DJ-Areas und über 80 Bands. Noch nie hat das Hamelner Altstadtfest solche Dimensionen erreicht. Bands aus ganz Deutschland und darüber hinaus bewerben sich. Dennoch wird besonderes Augenmerk auf die Musikszene aus dem Weserbergland gelegt.



Hamelner Weinfest

2016 ist das Weinfest weiter gewachsen, die Wiese im Bürgergarten reicht nicht mehr aus. Der Trend, dass zunehmend auch jüngere Leute das Fest besuchen, verstärkt sich weiter. Neu dabei der „Französische Markt“ und viele gastronomische Angebote, die den Rebsaft würdig begleiten.



Herbstmarkt mit verkaufsoffenem Sonntag Nutztiere, vorführendes Handwerk, attraktive Stände mit saisonalen Produkten und jede Menge Deko – so lässt sich das Erfolgsrezept des Herbstmarktes zusammenfassen. Die Erweiterung in die Osterstraße wurde hervorragend angenommen, genauso wie die Möglichkeit zum Sonntags-Shopping in den Geschäften.



Veranstaltungen

Street Food Markt

Das neue Format „VollMund“ lockt tausende Street-Food-Bbegeisterte in die Innenstadt und spricht gezielt das jüngere Publikum an. Fortführung geplant.



Weihnachtsmarkt

Dekoration, Werbung und Programm sind beim Stadtmarketing verortet, wie auch die Lütje Eisbahn und die Lila Bühne. Gemeinsam mit der Stadtverwaltung gelang es, den Weihnachtsmarkt weiter aufzuwerten.



Fremdveranstaltungen

Um das Weserufer zu beleben, wurden die Veranstaltungen **Autumn Moon Festival** und **Hamelner Bierfest** akquiriert und begleitet.

Autumn Moon vereinte die Spielorte Rattenfänger-Halle, Sumpflume, Flotte Weser und Papa Hemmingway mit einem Halloween-Markt.

Die Szene-Veranstaltung mit vielen namhaften Bands lockte Besucher aus ganz Deutschland an, die in Hameln übernachteten und knüpft perfekt an die Mystica Hamelon an.

Das Bierfest präsentierte sich vielseitig und sehr wertig. Unzählige sogenannte Craft-Biere schmückten in weißen Pagodenzelten die Promenade.

Beide Veranstaltungen finden 2017 erneut statt.



Weitere Projekte

Flächenmanagement

Zahlreiche Neueröffnungen und Renovierungsarbeiten wurden 2016 umgesetzt. In einigen Nebenlagen entspannt sich die Situation, teilweise besetzen Dienstleister die Objekte die für den Handel nicht mehr zeitgemäß sind. Häufigste Ursachen für Leerstände sind Differenzen zwischen den Ansprüchen potentieller Mieter und den bautechnischen Gegebenheiten und/oder den Mietpreisforderungen. Vor allem Oster- und Emmernstraße entwickelten sich hervorragend. Für die Bäckerstraße sind Verwerfungen Anfang 2017 zu erwarten, da zahlreiche Mietverträge auslaufen und einige Immobilien noch nicht an die Bedürfnisse des Marktes angepasst wurden – es zeichnet sich jedoch durch geplante investive Maßnahmen Besserung ab.

Weihnachtsbeleuchtung

Hamelns neue Weihnachtsbeleuchtung ist speziell auf die Rattenfängerstadt zuge-



schnitten. Durch die Einbindung der Rattenfängersage über beleuchtete Spruchbänder und der konsequenten Kommunikation der Markenbotschaft „sagenhaft“ erregte die Beleuchtung und auch der Weihnachtsmarkt Aufmerksamkeit. Es gelang 2016 auch die Kleine- und die Baustraße einzubeziehen und mit riesigen Lichtkegeln im gleichen Stil rund um den Weihnachtsmarkt die Beleuchtung auch am Boden aufzugreifen.

Die Sterne messen zwischen 1,40 m und 2,10 m, fügen sich perfekt in die neue Fußgängerzone ein und sind noch in keiner anderen Stadt zu finden. Die Finanzierung gelang über die Mitglieder des Stadtmarketing-Vereins, den Verkauf von Lichtpatenschaften und die Unterstützung der Stadt Hameln.

Hamelner Einkaufsgutschein

Mit verkauften Gutscheinen im Wert von über 100 T€ konnte das Rekordergebnis aus dem letzten Jahr um gut 30 T€ übertroffen werden. Das neue, frische Design und der Slogan „Fette Beute“ gaben den Ausschlag.

Social Media

Die HMT verwaltet mittlerweile vier Facebook-Seiten. Zunehmend wird zielgruppenspezifische Werbung über dieses Medium geschaltet. Nicht selten erreichen einzelne Veranstaltungsposts oder auch allgemeine Werbung zum Beispiel für Shoppingtermine, wie die sogenannten „Lipper-Tage“, über 100.000 Personen aus der gewünschten Zielgruppe. Derzeit werden verstärkt Aktivitäten auf Instagram und Snapchat geplant.

Vermarktung und Perspektiven

Im Auftrag der Stadt Hameln betreibt die HMT das Weserbergland-Zentrum (Tagungszentrum) und die Rattenfänger-Halle (Mehrzwecksporthalle).

Während das Weserbergland-Zentrum ohne Einschränkungen nutzbar ist, teilt sich die HMT bei der Rattenfänger-Halle die Nutzung mit dem Schulsport der Handelslehranstalt. Dadurch liegen bei der Vermarktung die Wochenenden im Fokus. Veranstaltungen wie die IHK-Meisterprüfungen, die während der Woche stattfinden müssen, sind daher immer schwieriger durchzuführen. Ein Ausweichen ins kleinere Weserbergland-Zentrum z.B. bei Konzertanfragen ist nicht immer möglich.

Obwohl der Wettbewerbsdruck deutlich zunimmt, gelingt es Jahr für Jahr, fernsehbekannte Entertainer nach Hameln zu locken. Über 45.000 Gäste kamen zu den diversen Veranstaltungen in der Rattenfänger-Halle.

Großen Belegungsschwankungen unterliegt weiterhin das Weserbergland-Zentrum. Hinzu kamen öffentliche Diskussionen zur Zukunft des Weserbergland-Zentrums. Sie führten partiell zu Verunsicherungen bei den Kunden. Die HMT ist hier aktiv am Prozess zur Optimierung der Abläufe beteiligt.

Vor dem Hintergrund ist die Verbesserung des Vorjahresergebnisses bei Vermietung und Gastronomie bemerkenswert.

Über 17.000 Besucher kamen 2016 zu den Veranstaltungen, deutlich mehr als im Vorjahr.

Weserbergland-Zentrum

Tagungen / Kongresse:

Neujahrsempfang der Paritäten, IHK-Prüfungen, Gesundheitsvortrag Life Plus, Ratssitzungen, Weltparkinson Tag, Weserradweg - Info-Tag, Bundesdelegiertentagung Chorverband der Deutschen Polizei, Bundesverbandstag der AG Naturgemäße Waldwirtschaft - ANW, Mitgliederversammlung Stadtmarketing- und Verkehrsverein Hameln e.V., Tagung Kommunen für Elektromobilität, Generalversammlung Volksbank im Wesertal eG, IHK Mittelstandsdialog, WGH-Mitgliederversammlung, Mitarbeiterversammlung Volksbank Hameln-Stadthagen, Dr. Falk-Pharma Vortrag, Steuerberaterverband Niedersachsen/Sachsen Anhalt, Flusskonferenz Oberweser, HWG - Handwerkerschulung

Gesellschaftsveranstaltungen:

Public Viewing Handball, Sportlerehrung, Ball Rockin Rats, Bundesliga Endrunde Dartsport, Abschlussball KGS Salzhemmendorf und BBS Springe, Pflasterfest – After Show-Party, AdU Herbstempfang, EON-Pensionärstreffen, Sparkasse Hameln-Weserbergland: Mitarbeiterversammlung, Betriebsfest, Börsennacht, Rattenfänger-Literaturpreis, Silvester-Ball

Konzerte / Kulturveranstaltungen:

Zauber der Travestie, Konzerte Mystica Hamelon, Comedy – Eure Mütter, Kabarett Hagen Rether

Messen / Ausstellungen:

Hochschulinformationstag HIT, Kunsthandwerkermarkt, Secondhand Markt, Radrennen Gran-Fando Bike Expo, Gesundheitstag

Rattenfänger-Halle

Konzerte / Kulturveranstaltungen:

Nußknacker on Ice, Diashow Elbe und Guernsey, Puppentheater „Rabe Socke“, Wicki und die starken Männer, Kabarett Dieter Nuhr, Nacht der Musicals, Konzerte Völkerball, Schlagerlegenden, die Prinzen und Milestone of Rock, Kabarett Torsten Sträter, Cindy aus Marzahn, Autumn Moon Festival, Schottische Musikparade, Russisches Kabarett, Egerländer Musikanten

Sportveranstaltungen:

Rollschuhmärschen „Eiskönigin“, Dewezet-Supercup, Volvo-ABG-Fußballturnier, Video-Clip-Meisterschaften, Handballfreunde Springe - 2. Bundesliga-Spiele, Box-Gala, 6 Spiele Public Viewing EM

Gesellschaftsveranstaltungen:

Karnevalsfeier, Ball der Gewerkschaft der Polizei, Sportgala, Zumba-Event/ Party, Abschlussbälle der Schulen: Otto-Hahn-Gymnasium Springe, KGS Bad Münder, Ernestinum Gymnasium Rinteln und der Hochschule Weserbergland, Oktoberfest

Messen / Ausstellungen / Tagungen:

Catworld – Katzen-Ausstellung, Insektenausstellung, Tattoo-Messe, IMA – Ausbildungsmesse. Landesparteitag der CDU mit Teilnahme der Bundeskanzlerin



Kooperationen

Die HMT vertritt die Interessen Hamelns im:

- Weserbergland Tourismus e.V.
- AG „Neun Historische Städte in Niedersachsen“
- Deutsche Märchenstraße e.V.

Der **Weserbergland Tourismus e.V.** hat primär die Aufgabe, Dachmarketing und die Lobbyarbeit für das Weserbergland zu betreiben. Stadtbaurat Hermann Aden vertritt die Stadt Hameln im Vorstand des WT. Der HMT-Geschäftsführer ist Mitglied des Marketingausschusses.

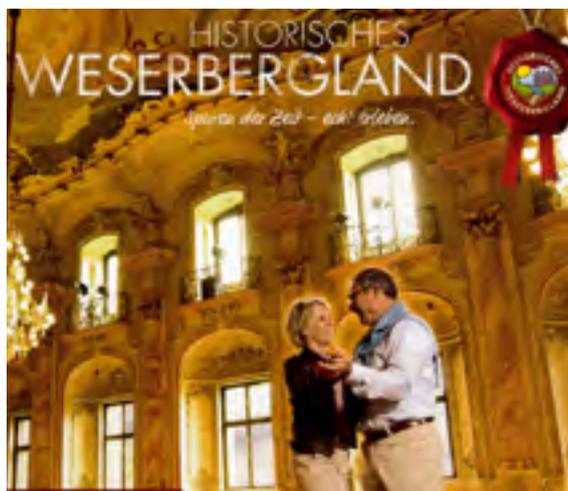
Die „**Neun Historischen Städte in Niedersachsen**“ sind Plattform für eine gemeinsame Städtewerbung/Verkaufsförderung, überwiegend im Ausland. Der HMT-Geschäftsführer fungiert als stellvertretender Sprecher der AG. Die „**Deutsche Märchenstraße**“ mit Sitz in

Kassel vermarktet die Ferienroute von Hanau bis Bremen.

Der HMT-Geschäftsführer ist Vorstandsmitglied.

Außerdem vertritt die HMT die Interessen Hamelns im:

- **Deutschen Tourismusverband e.V.**
- **Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (BCSD)**
- **Deutschen Städtetag** (Konferenz Tourismus)
- **Degefest** (Deutsche Gesellschaft zur Förderung und Entwicklung des Seminar- und Tagungswesens e.V.),
- **EVVC** (Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.) sowie in diversen Arbeitskreisen.



Kooperationen

Mit den Schlössern:

- Marienburg
- Hämelschenburg
- Bückeberg
- Fürstenberg
- Bevern
- Corvey
- Bad Pyrmont

gründete die HMT die Marketingkooperation „7 Schlösser im Weser- und Leinebergland“.

DTV tagte in Hameln

Am 14. und 15. Juni 2016 tagte der Vorstand des Deutschen Tourismusverbandes auf Einladung der Hameln Marketing und Tourismus GmbH in Hameln.

Das Bild zeigt die Vorstandsmitglieder beim Empfang im Hochzeitshaus durch Oberbürgermeister Claudio Griese – darunter DTV-Präsident Reinhard Meyer (vorn, dritter von links) und Hauptgeschäftsführerin Claudia Gilles (vorne, dritte von rechts).

Seit fünf Jahren ist die HMT Fördermitglied im Spitzenverband, der die Interessen der Branche wahrnimmt.



Organe

Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat haben im Geschäftsjahr angehört:

- Michael Vietz,
Mitglied des Bundestages,
Diplom Ökonom, Vorsitzender
- Frank Borris Baum
Vorstand car akustik GmbH
stellvertretender Vorsitzender
- Hermann Aden, Stadtbaurat
Stadt Hameln
- Claudio Griese, Oberbürgermeister
- Gabriele Güse, Hotelier
- Thomas Meyer-Hermann,
Industriekaufmann
- Elke Meyer, Kauffrau
- Wolfgang Meier, Dipl.-Pädagoge
- Claudia Reisch,
GF DWZ Verlagsgesellschaft

Gesellschafterversammlung

Die Gesellschafterversammlung setzte sich im Berichtsjahr aus gewählten Vertretern des Vorstandes des Stadtmarketing- und Verkehrsvereins Hameln e.V. sowie den folgenden, vom Rat der Stadt Hameln entsandten Vertretern, zusammen:

- Uwe Kiesling, Stadt Hameln
Abteilungsleiter Finanzen
- Julia Maulhardt, Betriebswirtin (BA)
- Herbert Rode, Bäckermeister i.R.
- Gerhard Paschwitz, Polizeibeamter a.D.
- Horst Wellner, Kaufmann
- Jens Laparose, Kaufmann
- Gabriele Güse, Hotelier

Die Tätigkeit im Aufsichtsrat und in der Gesellschafterversammlung wurde nicht vergütet.

Geschäftsführung: Harald Wanger (Vorsitz) und Dennis Andres

Organigramm der HMT GmbH



Stand: 31.12.2016

Hameln Marketing und Tourismus GmbH BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2016

AKTIVA

	31.12.2016	31.12.2015
	€	€
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	<u>6.751,00</u>	<u>6.249,00</u>
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	734.949,00	812.699,00
2. Technische Anlagen und Maschinen	27.334,00	9.255,00
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<u>100.867,00</u>	<u>111.684,00</u>
	<u>863.150,00</u>	<u>933.638,00</u>
	<u>869.901,00</u>	<u>939.887,00</u>
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren	<u>24.424,95</u>	<u>17.326,71</u>
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	59.892,53	130.459,72
2. Forderungen gegen Gesellschafter	134.012,81	189.725,54
3. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>20.151,80</u>	<u>14.769,79</u>
	<u>214.057,14</u>	<u>334.955,05</u>
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	<u>329.777,72</u>	<u>291.805,46</u>
	<u>568.259,81</u>	<u>644.087,22</u>
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	<u>7.172,45</u>	<u>7.982,33</u>
	<u>1.445.333,26</u>	<u>1.591.956,55</u>

Hameln Marketing und Tourismus GmbH BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2016

PASSIVA

	31.12.2016	31.12.2015
	€	€
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	150.000,00	150.000,00
II. Verlustvortrag	-20.191,14	-35.799,34
III. Jahresüberschuss	<u>23.845,61</u>	<u>15.608,20</u>
	<u>153.654,47</u>	<u>129.808,86</u>
B. RÜCKSTELLUNGEN		
Sonstige Rückstellungen	<u>142.300,00</u>	<u>98.600,00</u>
C. VERBINDLICHKEITEN		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.063.176,03	1.133.320,79
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	47.393,36	150.696,82
3. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>25.830,84</u>	<u>25.417,52</u>
	<u>1.136.400,23</u>	<u>1.309.435,13</u>
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	<u>12.978,56</u>	<u>54.112,56</u>
	<u>1.445.333,26</u>	<u>1.591.956,55</u>

Hameln Marketing und Tourismus GmbH Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2016

	2016	2015
	€	€
1. Umsatzerlöse	2.227.555,91	1.807.347,68
2. Erträge aus Zuschüssen	852.116,70	812.943,20
3. Sonstige betriebliche Erträge	6.697,94	84.110,56
4. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	80.255,92	89.582,42
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.690.209,24	693.261,82
	1.770.465,16	782.844,24
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	696.971,84	706.204,93
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	127.332,50	144.665,52
	824.304,34	850.870,45
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	111.857,49	99.295,36
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	332.803,94	926.548,20
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	18,04	69,15
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	23.108,01	29.596,50
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	4,04	-292,36
11. Jahresüberschuss	23.845,61	15.608,20

Jahresabschluss und Prüfbericht

Hameln Marketing und Tourismus GmbH Gliederung des Anlagevermögens gem. § 268 Abs. 2 HGB

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN			
	1. Jan. 2016	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2016	1. Jan. 2016	Zuführungen	Auflö- sungen	31. Dez. 2016
	€	€	€	€	€	€	€	€
I. IMMATERIELLE VERMÖGENS- GEGENSTÄNDE Entgeltlich erwor- bene Konzessionen, gewerbliche Schutz- rechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	39.148,90	3.110,68	0,00	42.259,58	32.899,90	2.608,68	0,00	35.508,58
II. SACHANLAGEN								
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließ- lich der Bauten auf fremden Grund- stücken	2.005.423,59	0,00	0,00	2.005.423,59	1.192.724,59	77.750,00	0,00	1.270.474,59
2. Technische Anlagen und Maschinen	158.500,46	23.096,50	0,00	181.596,96	149.245,46	5.017,50	0,00	154.262,96
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Ge- schäftsausstattung	510.180,28	15.664,31	0,00	525.844,59	398.496,28	26.481,31	0,00	424.977,59
	2.674.104,33	38.760,81	0,00	2.712.865,14	1.740.865,14	109.248,81	0,00	1.849.715,14
GESAMT:	2.713.253,23	41.871,49	0,00	2.755.124,72	1.773.366,23	111.857,49	0,00	1.885.223,72

Prüfungsvermerk

Das Rechnungsprüfungsamt der Stadt Hameln hat im Auftrag der Gesellschaft den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2016, den Lagebericht und die Buchhaltung geprüft. Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung wird hiermit ein uneingeschränkter Prüfungsvermerk erteilt. Bei der Prüfung wurden die Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf Basis von Stichproben beurteilt.

Der Jahresabschluss, der Lagebericht und die Buchführung entsprechen nach der Prüfung den geltenden Rechtsvorschriften. Die Geschäftsführung erfolgt ordnungsgemäß. Die Entwicklung der Finanz- und Ertragslage, der Liquidität und der Rentabilität geben aufgrund des erzielten Jahresüberschusses zu Beanstandungen keinen Anlass. Die Hameln Marketing und Tourismus GmbH wird wirtschaftlich geführt.

Hameln, 16. Mai 2017

Stadt Hameln

Rechnungsprüfungsamt


(Depping)
Leiter Rechnungsprüfungsamt


(L. Schmidt)
Rechnungsprüfer

