



Hameln Marketing und Tourismus GmbH | Deisterallee 1 | 31785 Hameln

Rad

13.07.2017

## Presseinformation

### 20 Jahre Marketing und Tourismus für Hameln

Über 100 Jahre gibt's schon den Verkehrsverein Hameln, der bis 1996 alleiniger Träger der touristischen Aktivitäten war. Zum 1. Juli 1997 – also vor genau 20 Jahren – wurde die Hameln Marketing und Tourismus GmbH (HMT) gegründet. Sie war eine der ersten GmbH's im Tourismus in Deutschland.

Was ist seitdem geschehen?

1. Die Bündelung der Marketing-Aktivitäten in der Rattenfängerstadt war die wesentliche Triebfeder, denn bis dahin waren Tourismus, damals als Fremdenverkehr tituliert, und das aufkeimende Citymarketing noch losgelöst voneinander. Erst recht die Eröffnung des neuen Tagungszentrums WB-Z machte ein integriertes Marketing erforderlich. Die Stadt Hameln und der Verkehrsverein Hameln e.V. als Gesellschafter gründeten ihre Tochter und machten sich sogleich ans Werk:
2. Um touristische Organisationsstrukturen in Hameln und in der Region zu verbessern, die Zentralität der Rattenfängerstadt für das Weserbergland zu steigern, plante die HMT als Geschäftsbesorger und Bauherr das neue Infocenter Hameln-Weserbergland, das pünktlich zur EXPO 2000 in Hannover eröffnete und seitdem als zentrale Anlaufstelle fungiert. Hier werden die Aktivitäten der HMT, der Dehoga und des Weserbergland Tourismus, früher auch der Schifffahrts-Gesellschaft zentralisiert.
3. Ein wesentliches Marketing-Ziel ergab sich aus der Untersuchung der UNI Göttingen, die Hameln eine „antiquierte“ Darstellung der Rattenfängersage unter die Nase hielt. Die HMT legt seitdem einen wesentlichen Schwerpunkt auf den Aufbau der Dachmarke Rattenfängerstadt Hameln, mit folgenden Inhalten:
  - Weiterentwicklung des traditionellen Rattenfängerspiels u.a. durch eine externe dramaturgische Begleitung;

#### Hameln Marketing und Tourismus GmbH

Deisterallee 1 | D 31785 Hameln  
T + 49 [0]51 51.95 78-23 | F 95 78-40  
www.hameln.de  
touristinfo@hameln.de

Bankverbindung:  
Stadtsparkasse Hameln  
DE 56 2545 0001 0000 0761 66  
Sparkasse Weserbergland  
DE 64 2545 0110 0000 0866 86

Steuer-Nr.:  
22/200/71612  
Amtsgericht  
Hannover:  
HRB 100695

Vorsitzender des Aufsichtsrates:  
Michael Vietz, MdB  
Geschäftsführung:  
Harald Wanger (Vors.)  
Dennis Andres



- Entwicklung des Musicals „RATS“ als Veranstalter, ebenfalls zum Beginn der EXPO in Hannover, mit der Blickrichtung hin zu jüngeren Zielgruppen;
  - Stärkere personelle Präsenz des Rattenfängers durch Casting und Ausbildung mehrerer Darsteller;
  - Logo-Weiterentwicklung und Markenschutz;
  - Die „dunkle Seite“ des Rattenfängers als zweites inhaltliches Standbein anlässlich der 725 Jahrfeier unter dem Motto „Geheimnis, Magie und Verführung“;
  - Bewerbung als Immaterielles Kulturerbe der UNESCO als Geschäftsbesorger für die Stadt Hameln;
4. Die Entwicklung eines City-, später Stadtmarketing-Prozesses für die Stadt Hameln war ein ganz wesentlicher, aber zunächst auch steiniger Weg. Mehrere Stadtmanager und Stadtmarketing-Projekte waren nötig, um ein ganzheitliches und durch über 350 Stadtmarketing-Mitglieder getragenes Konzept zu entwickeln. Zu den inhaltlichen Schwerpunktthemen der letzten fünf Jahre zählen die Entwicklung bzw. Weiterentwicklung von Leitveranstaltungen wie „Mystica Hamelon“, dem Weinfest, dem Pflasterfest oder dem Weihnachtsmarkt, dem das Stadtmarketing nicht nur Programm und Vermarktung widmet sondern mit einer neuen Beleuchtung auch wichtige Impulse versetzte. Parallel wird das Flächenmanagement aktiviert. Hier fließen neue Ideen wie freies W-Lan oder lasergesteuerte Besucherzählung ein.
  5. Die Integration des Weserbergland-Zentrums und der Rattenfänger-Halle in die gemeinsame Vermarktung der HMT wurde konsequent vorangetrieben. Auch wenn sich die Konkurrenz-Situation hier deutlich verschärft hat und seitdem Bundesliga-Handball oder Leitmesse wie die Soltec entfallen sind, ziehen Tagungen, Ausstellungen, Gesellschafts- und private Feierlichkeiten immer noch zahlreiche Gäste in die Rattenfängerstadt. Aus einer Hand gestaltet die HMT nicht nur die Vermietung von Räumen sondern sorgt ggf. für Unterstützung beim Rahmenprogramm, der Pressearbeit, der Vermittlung von Hotelzimmern o.ä.
  6. Auf der Suche nach einem weiteren inhaltlichen Standbein gibt die HMT seit fünf Jahren das mittelfristige Ziel der Etablierung als „Musical-Stadt“ aus. Neben den nicht-kommerziellen Musicalangeboten von „RATS“ gelingt es in der Kooperation mit Spotlight Musicals aus Fulda und zahlreichen Unterstützern vor Ort, Top-Musicalproduktionen wie „Die Päpstin“, „Die Schatzinsel“, „Friedrich“ oder zukünftig vielleicht den „Medicus“ ins Theater Hameln zu holen. Hier ergibt sich eine große Chance im Image- wie im wirtschaftlichen Kontext für unsere Stadt. U.a. wurde die HMT für diesen durchaus risiko-behafteten, aber innovativen Ansatz mit dem Deutschen Tourismuspreis 2013 ausgezeichnet.

7. Alles kann man nicht aufzählen: Aber in 20 Jahren gab's immer mal besondere Highlights. Dazu gehörte die Fußball-WM 2006 in Deutschland. Dank einer erfolgreichen Bewerbungsmappe logierte das französische Nationalteam im gerade eröffneten Schlosshotel Münchhausen in Aerzen und führte Pressekonferenzen und offene Trainingseinheiten in Hameln durch. 2009 stieg nicht nur der „Tag der Niedersachsen“ in der Rattenfängerstadt. Die dunkle Rattenfänger-Kampagne, die in einer starken Laser-Show an der Weser ihren Höhepunkt fand, bereicherte das Landesfest und begeisterte 300.000 Besucher.

Etliche Preise und Auszeichnungen hat die HMT in 20 Jahren eingeheimst. Ausruhen kann man sich angesichts eines verschärften Wettbewerbes und gesteigener Gästeanforderungen beileibe nicht. Forciert wird zunehmend die Einbindung Hamelns in überregional oder international tätige Kooperationen, um mehr Schlagkraft zu gewinnen. Mit dem gemeinsamen Webauftritt unter der Domain hameln.de hat die HMT mit der Stadt Hameln vor zwei Monaten einen langen inhaltlichen Prozess abgeschlossen und erstmalig für einen ganzheitlichen und emotional-illustrierten Auftritt unserer Stadt gesorgt. Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus sind zukünftig weitere Anstrengungen nötig. Über 200.000 Gästeübernachtungen und 3,9 Mio. Tagesbesucher bringen über 100 Mio. Euro Netto-Umsatz pro Jahr in Hameln. Das sichert über 1.300 Arbeitsplätze und wichtige Einnahmen für Betriebe und Steuereinnahmen der Stadt. Und die sollten gesichert und möglichst gesteigert werden.

gez. Harald Wanger