



9. August 2017

Pressemeldung

HMT stellt Jahresbericht 2016 vor

Der Jahresbericht der Hameln Marketing und Tourismus GmbH (HMT) 2016 lässt sich sehen, so die HMT-Geschäftsleitung. Das Geschäftsvolumen stieg auf über 3 Mio. Euro. In der Gesellschaft verblieb 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.

Und das waren die Höhepunkte: Das Rattenfänger-Freilichtspiel feierte als Traditionsveranstaltung das 60-jährige Jubiläum. Die geeignete Plattform für die Feierlichkeiten war der Auftakt für das Jubiläum „200 Jahre Sagen der Brüder Grimm“ der Deutschen Märchenstraße - ein sagenhafter Start mit vielen illustren Gästen. Im Stadtmarketing haben sich das „Pflasterfest“ und die „Mystica Hamelon“ als Kulturveranstaltungen etabliert. Bewährte Projektformate werden kontinuierlich weiter entwickelt. Mit dem Street-Food-Markt „VollMund“ gesellte sich ein innovatives Angebot hinzu. Die neue Weihnachtsbeleuchtung mit Sprüchen aus der Sage und imposanten Sternen konnte noch erweitert und ergänzt werden und ist der Hingucker in der Weihnachtszeit.

Die Spielzeit des Musicals „Die Schatzinsel“ im Oktober brachte überregionale Aufmerksamkeit – über 9.000 Besucher zog es in das Theater Hameln. Die Rattenfänger-Halle und das Weserbergland-Zentrum schlossen mit einem deutlichen Besucher-Plus gegenüber dem Vorjahr. Ein Plus gab's auch bei den Pauschal-Paketen und Erlebnisführungen der HMT. Klassische Führungen waren hingegen schwächer nachgefragt. Übernachtungs-Rekord: Erstmals wurde die Marke von 200.000 Übernachtungen überschritten, ein Plus von 6,7 Prozent.

„Im Städtetourismus sind konkrete Anreize für Besuche zunehmend wichtiger, weshalb die HMT immer stärker selbst zum Veranstalter wird“, erklären Geschäftsführer Harald Wanger und Dennis Andres den neuen Weg der HMT. Und sie sind überzeugt: „Darin liegt für Hameln ein großes Potential, um sich zukünftig als Standort zu positionieren.“

Mit der Stadt Hameln wurden im Berichtsjahr der Strukturaufbau von hameln.de und die Erarbeitung des Content vorangetrieben. 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 machen Lust auf einen Hameln-Besuch. Die Seiten gingen am 2. Mai 2017 online.

Das Geschäftsvolumen der HMT belief sich 2016 auf über 3 Mio. Euro. Insgesamt wurden über 2,2 Mio. Euro Umsatzerlöse erzielt. Die Zuschüsse der Gesellschafter Stadt Hameln und Stadtmarketing- und Verkehrsverein lagen bei 852.000 Euro. Nach Abzug aller Aufwendungen steht ein Jahresgewinn von 23.800 Euro, und verrechnet mit dem Verlustvortrag ergibt sich schließlich für 2016 ein Bilanzgewinn von ca. 3.700 Euro. Eine Punktlandung für die HMT, die stets eine schwarze Null anpeilt und nicht auf Gewinnmaximierung abzielt.

Die Aufgabe der HMT insgesamt:

Die Aufgabe der HMT ist es, mit marktgerechten Konzepten und maßgeschneiderten Veranstaltungen Hamelns Position als Zentrum des Weserberglandes zu stärken. Kurz gesagt: Hameln soll für Bürger und Besucher noch attraktiver werden. Dazu übernimmt die HMT imagebildende Projekte und Aufgaben für Hameln, die auch als Multiplikator für die heimische Wirtschaft fungieren.

Die Aufgabe des Stadtmarketing:

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.

Dankeschön:

Die HMT dankt allen Partnern für die Unterstützung, allen voran der Deister- und Weserzeitung, den Stadtwerken Hameln, der Volksbank Hameln-Stadthagen, der Sparkasse Hameln-Weserbergland, der VGH Hameln, der HWG und Steuerbüro Sticher für ihr Engagement bei der Unterstützung vieler Projekte.

Der Geschäftsbericht der HMT ist einsehbar unter: <https://www.hameln.de/de/entdecken-erleben/service/hmt-und-stadtmarketing-verein/>.

Presse-Kontakt: Anastasia Patsiarizis, PR-Assistenz, Hameln Marketing und Tourismus GmbH, Deisterallee 1, 31785 Hameln, Tel.: 05151 9578-29, E-Mail: Anastasia.Patsiarizis@hameln-tourismus.de.