Rattenfängerstadt
Hameln

# Geschäftsbericht

## Hameln Marketing und Tourismus GmbH

2017

www.hameln.de

# Inhaltsverzeichnis





Titelbild: Weinfest 2017

# Inhaltsverzeichnis



# Vorwort

Im Jahr 2017 belief sich das Geschäftsvolumen auf über 2,6 Mio. Euro. In der Gesellschaft verbleibt nach Steuern ein Gewinn von ca. 6.000 Euro. Über die Bilanz der HMT hinaus wirken die Projekte und Veranstaltungen auf die gesamte Stadt und die Wirtschaft. Die Zahl der Gästeübernachtungen erreichte mit 207.000 erneut einen Höchstwert, wobei der Auslandsanteil sich als besonders dynamisch herausstellt.

Nach langer Vorarbeit ging im Mai der neue, gemeinsam mit der Stadt Hameln erarbeitete Internetauftritt www.hameln.de an den Start. Die Synergien zwischen Stadt- und Bürgerportal sowie Tourismus-, Veranstaltungs- und Stadtmarketing-Seiten werden damit sehr gut genutzt. Auch im Social-Media-Bereich sowie im online-Marketing geht die HMT konsequent die Herausforderungen der Digitalisierung mit.

Im Stadtmarketing hat sich das Veranstaltungs-Portfolio auf einem hohen Niveau stabilisiert und zieht zahlreiche Gäste aus Nah und Fern. Wie viele es genau sind, zeigt die Laserzählung an vier ausgewählten Stellen in der Altstadt. Besucherfrequenzen und Laufwege geben Einblicke in die Attraktivität der Geschäftslagen sowie die Effizienz von Großveranstaltungen. Andererseits bereiten uns steigende Sicherheits-Auflagen zunehmend Sorgen, weil Veranstaltungen dadurch teurer werden.

Im Tourismussektor waren die Rattenfänger-Aktivitäten rund um das legendäre Freilichtspiel sowie das Musical „RATS“ die Zugpferde. Das Angebot der Gäste- und Erlebnisführungen wurde im Berichtsjahr runderneuert. Bleibt noch festzuhalten, dass im Hallenmanagement der neue Pachtvertrag mit der Stadt Hameln in Kraft getreten ist und zugleich die Rattenfänger-Halle sich über das beste Vermietgeschäft seit mehr als 10 Jahren freut.
Allen Geschäftspartnern und Unterstützern, den Gremien und insbesondere den Mitarbeiter/Innen der HMT danken wir herzlich für ein sehr engagiertes und erfolgreiches Jahr 2017.

Lars Kocea
Aufsichtsratsvorsitzender

Harald Wanger
Geschäftsführer (Vors.)

Dennis Andres
Geschäftsführer

# Allgemeine Entwicklung

Zum achten Mal in Folge hat Deutschland 2017 seinen eigenen Übernachtungsrekord gebrochen. Zählt man zu den 459,5 Mio. Übernachtungen noch die der statistisch nicht erfassten Übernachtungen in Ferienhäusern und -wohnungen hinzu, 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 2017)

### Wertschöpfung durch Tagesreisen

**2,84 Mrd. Tagesreisen**

... unternehmen die Deutschen im Inland pro Jahr. Dies sind Ausflüge und Geschäftsreisen ohne Übernachtung.

**27,70 €**

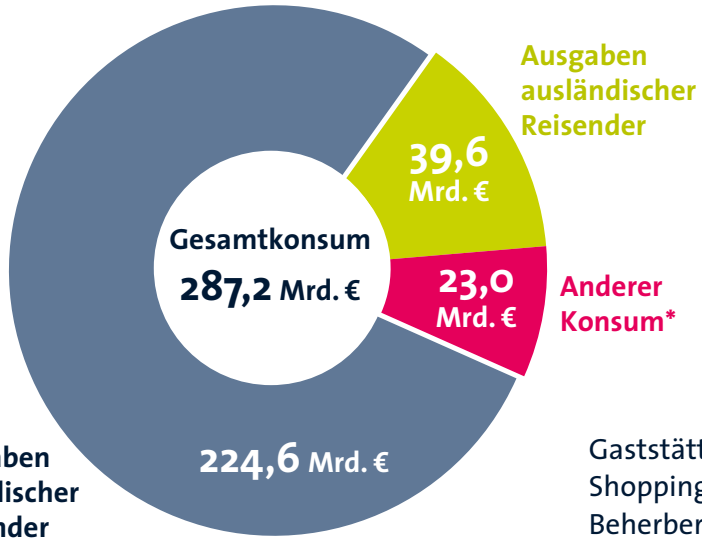
... geben die Tagesreisenden im Schnitt am deutschen Zielort u.a. für Verpflegung, Einkäufe oder Unterhaltung aus.

**79 Mrd. €**

... betragen die jährlichen Umsätze der Tagesreisenden in den inländischen Zielgebieten.

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

### Konsummotor Deutschlandtourismus





| | |
|---|---|
| Gaststättenleistungen | 51,2 Mrd. € |
| Shopping | 49,7 Mrd. € |
| Beherbergungsleistungen | 35,8 Mrd. € |

* Anderer Konsum umfasst u.a. öffentliche Zuschüsse für Kultur- und Sportaktivitäten, Ausgaben für langlebige Konsumgüter mit touristischem Verwendungszweck (z. B. Wohnmobile)

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie / Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft: Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland, Berlin 2017. Die Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2015.

## Übernachtungen

Die Gästeankünfte stiegen um 1,2 %. Die Zahl der Übernachtungen erhöhte sich um 3,2 % auf 207.147. Nicht enthalten sind hier die zahlreichen Übernachtungen bei Privatvermietern mit weniger als 10 Betten.

Die Zahl der ÜbBernachtungen aus dem Ausland stieg von 30.739 auf 35.087 (+ 14,1 % ). Der Auslandsanteil
beträgt nun 16,9 % 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 |
| 2017 | 113.411 | 207.147 |

* 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. China (8)
4. Russland (3)
5. Polen (10)
6. Schweden (4)

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

## Erlebnisführungen

Der Trend aus dem Vorjahr setzte sich fort; Zuwächse gab es bei den offenen Führungen für Individualgäste, Rückgänge bei den Gruppenbuchungen. Mit einem 5-Punkte-Plan wird dieser Bereich gestärkt:

a) optimierte Gästeführer-Ausbildung
b) Ausbau der offenen Führungen
c) neue Gruppen-Angebote, z.B. „Elsa Buchwitz“
d) verbesserte, digitale Buchbarkeit
e) mehr Vertrieb über marktführende Portale

| Jahr | Führungen | Pers.-Zahl | Rattenfänger-Aktivitäten* |
|---|---|---|---|
| 2004 | 3.323 | 64.435 | 585 |
| 2005 | 3.295 | 64.274 | 553 |
| 2006 | 3.250 | 66.921 | 637 |
| 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 |
| 2017 | 2.636 | 56.917 | 613 |

*ohne Freilichtspiel und Musical RATS

## Gruppengeschäft

Durch die Konkurrenz von Internet-Portalen, Dumping-Preisen in Großstädten sowie verstärkte Direktbuchungen in den Hotels unterliegt das Pauschal- und Gruppenreisen-Segment einem zunehmenden Kostendruck. So wurde mit einem Brutto-Umsatz von 203 T€ im Mehrjahresvergleich ein eher schwaches Ergebnis erzielt.

Die HMT legt deshalb den Schwerpunkt auf individuelle Kundenberatung, Präsenz auf den großen online-Portalen sowie Ersatz der der vergleichsweise teuren Pakete durch die Buchbarkeit einzelner Baustein-Angebote.

## Messen/Events/ Workshops

Beim „Regions-Entdeckertag“ in Hannover, dem „Tag der Niedersachsen“ in Wolfsburg, beim Märchenfest in Höxter, dem Märchenfestival in Bad Sooden-Allendorf sowie dem „Königinnen-Tag“ in Blomberg rührte der Pfeiffer für seine Stadt die Werbetrommel. Traditionell steht der bunte Mann mit Federhut auch bei der Saison-Eröffnungsfahrt der „Flotte Weser“ im Rampenlicht. Auch Einladungen zum Märchenfestival im russischen Kirov, ins britische Kendal sowie von Wilhelm Tell in die Schweiz wurden werbewirksam genutzt.

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

## Print

Der Reisekatalog „Phantastische Auszeiten“ präsentiert die Unterkunftsbetriebe, Stadtführungs- und Pauschalangebote sowie die wichtigsten Veranstaltungen. Durch diese Bündelung der Informationen ist er optimal auf die Vertriebsmöglichkeiten der überregionalen Kooperations-Partner der HMT (s.a. Seite 18) ausgerichtet.

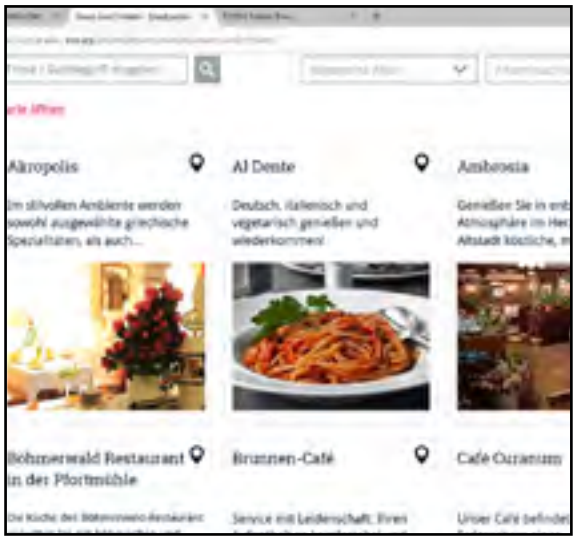
Der „Schuppenprospekt“ zieht seine Bedeutung aus der hohen Auflage und breiten Streuung. Für fremdsprachige Besucher hält die HMT einen Informations-Folder in 13 Sprachen bereit.

Auch im digitalen Zeitalter haben die Gäste großes Interesse an gedruckten Informationen, wie jeden Tag im Infocenter zu erleben ist.


## Online

Großformatige Bilder, übersichtliche Gestaltung und flott formulierte Texte: Die Internetseite hameln.de ging am 2. Mai 2017 runderneuert an den Start, selbstverständlich responsiv programmiert für Smartphones und Tablets. Navigationskacheln und die zugehörigen Bilder Verhelfen zu einer schnellen Orientierung. Ganz neu sind übersichtliche Gastronomie -und Einkaufsführer mit Detail-Seiten zu den Lokalitäten und Shops. Die Infoseiten zu den großen Veranstaltungen gehören zu den Favoriten in puncto Seitenklicks. Für ausländische Besucher werden Kurzinfos in 12 Fremdsprachen angeboten.

Die Zahl der Fans von www.facebook.de/hameln erhöhte sich von 5.400 auf 6.030. Weitere Veranstaltungsseiten und die Plattform Instagram gewinnen an Bedeutung. Mit dem online-Newsletter werden aktuelle Informationen und Nachrichten an ausgewählte Zielgruppen verschickt.



## Rattenfänger-Freilichtspiel

Für die rund 60 ehrenamtlichen Mitspielerinnen und Mitspieler der Rattenfänger-Gruppe war es eine erfolgreiche aber nicht ganz einfache Saison. Nach dem Rücktritt der Gruppenleitung zum Ende des Vorjahres musste sich die Gruppe neu finden und strukturieren. Unter der neuen Leitung von Christian Fölsch und Michael Bräunig ist das erfreulicherweise gut gelungen. Die Regie-Assistenz übernahm Brian Boyer.
Nach wie vor ist die personelle und finanzielle Ausstattung der Gruppe unbefriedigend. Neue Mitspieler und Förderer werden dringend gesucht.

## Musical RATS

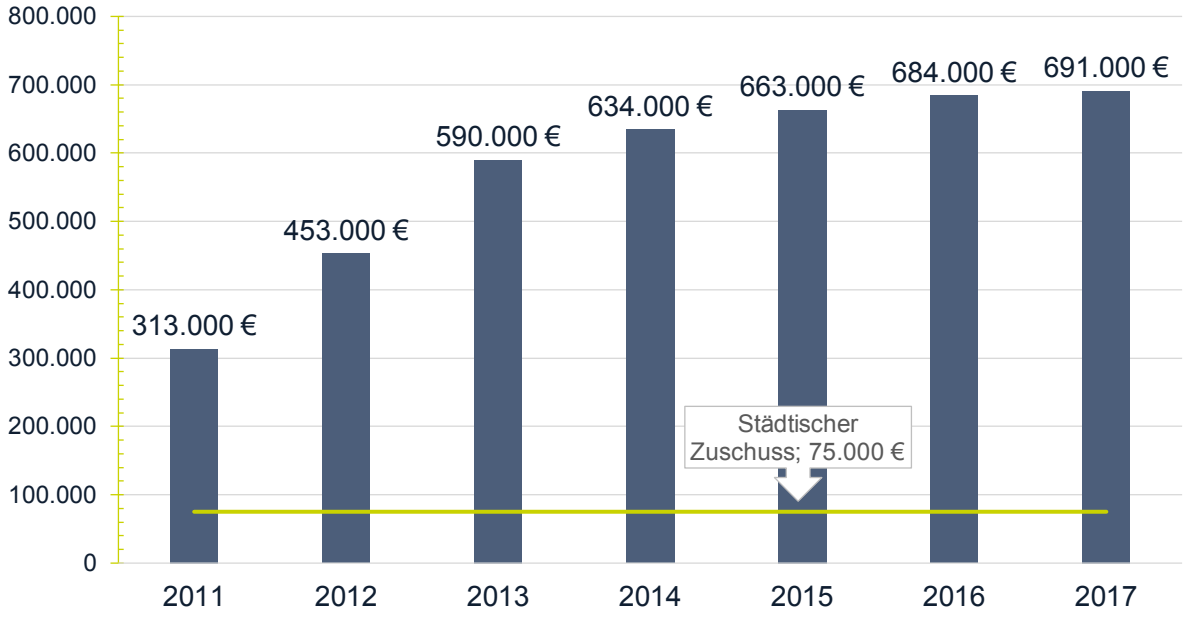
15 begeisternde Musical-Shows am Mittwoch sowie einen Sonderauftritt beim Pflasterfest absolvierten die tanzenden Ratten, ihr König, die Kinder, Bürger und natürlich der Pfeifer in der 18. Spielzeit. Neben vielen Sponsoren und Unterstützern sicherten erneut die Stadtwerke Hameln und die Sparkasse Hameln-Weserbergland als Hauptsponsoren das kostenlose Vergnügen auf der Hochzeitshaus-Terrasse.
Produktion, Regie und Choreographie lagen in den bewährten Händen von Anke Rettkowski. DIe HMT fungierte auch bei RATS als Co-Finanzier und Veranstalter.

## Allgemeine Entwicklung

Die Stadtmarketing-Aktionen haben sich in Hameln etabliert und strahlen weit über die Region hinaus. Mit jedem Jahr gewinnen sie an Qualität in Durchführung und Ausgestaltung. Mit den neuen Laserzählern konnten die geschätzten Besucherzahlen bestätigt werden, Sie liegen bei den Formaten Mystica Hamelon, Pflasterfest und Herbstmarkt über 100.000 Besuchern. Aber auch für das Flächenmanagement liefern die Zähler wichtige Informationen.

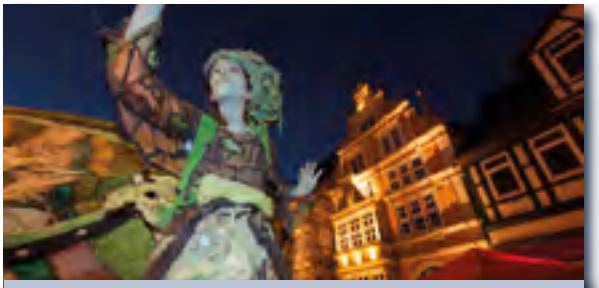
Das Geschäftsvolumen der Sparte Stadtmarketing teigt weiter, wenngleich es die massiv gestiegenen Ausgaben, vor allem für die Sicherheitmaßnahmen im Veranstaltungsbereich, nicht ganz auffangen kann. Hier liegt auch die zukünftige Herausforderung: Das Niveau trotz stetig steigender Kosten zu halten und weiter zu steigern. Vor allem gilt das für den Hamelner Weihnachtsmarkt, der besonders stark im Wettbewerb mit anderen Städten steht und als Frequenzbringer für die Innenstadt von herausragender Bedeutung ist.

**Nettogeschäftsvolumen der Sparte Stadtmarketing**



# Veranstaltungen

Events dienen nicht nur als Frequenzbringer, sie leisten wertvolle Imagearbeit, stiften Identität und bringen viele potentielle Neukunden in die Stadt. Eine Untersuchung der CIMA am Beispiel Braunschweig belegt, dass das „Online-Gesicht“ einer Stadt wesentlich durch die unzähligen Beiträge der Veranstaltungsbesucher im Netz bestimmt wird. Besucher entwickeln sich zu Markenbotschaftern, sofern die Erlebnisse positiv bewertet werden. Es gilt diese Beiträge aktiv zu fördern und zu steuern; eine weitere Aufgabe der sich erfolgreiches Stadtmarketing stellen muss.



**Mystica Hamelon** – Anfang März
150.000 Besucher an 3 Tagen | verkaufsoffer Sonntag

**VollMund** – Anfang Mai
Street Food Market | 28.000 Besucher an 2 Tagen

**Hamelner Weinfest** – Mitte Juli
23.000 Besucher an 3 Tagen im Bürgergarten

**Pflasterfest** – Ende August
Stadtfest | 110.000 Besucher an 3 Tagen

**Herbstmarkt** – Anfang Oktober
110.000 Besucher an 4 Tagen | verkaufsoffener Sonntag

**Hamelner Weihnachtsmarkt**
4 Wochen | über 30.000 Besucher täglich.

## Frequenzzählung

Die neu installierten Frequenzzähler, in den vier Haupteinkaufsstraßen der Hamelner Innenstadt liefern wertvolle Daten. Seit August 2017 sind sie in Betrieb, dadurch lässt sich nicht nur in Echtzeit bestimmen, wie viele Passanten die Straßen passieren, sondern auch in welche Richtung sie laufen. Gerade im Flächenmanagement wird die Passantenfrequenz immer wichtiger. In der Regel können Städte hier nur punktuelle Zählungen vorweisen, die sich auf wenige Tage beziehen.

Die Gute Nachricht: Die Besucher-Frequenz ist beachtlich und das ist die Grundvorausetzung für eine erfolgreiche Vermittlung von Ladengeschäften. Besonders der Monat Dezember zeigt mit über 1,7 Mio Zählungen die Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes und des Weihnachtsmarktes.

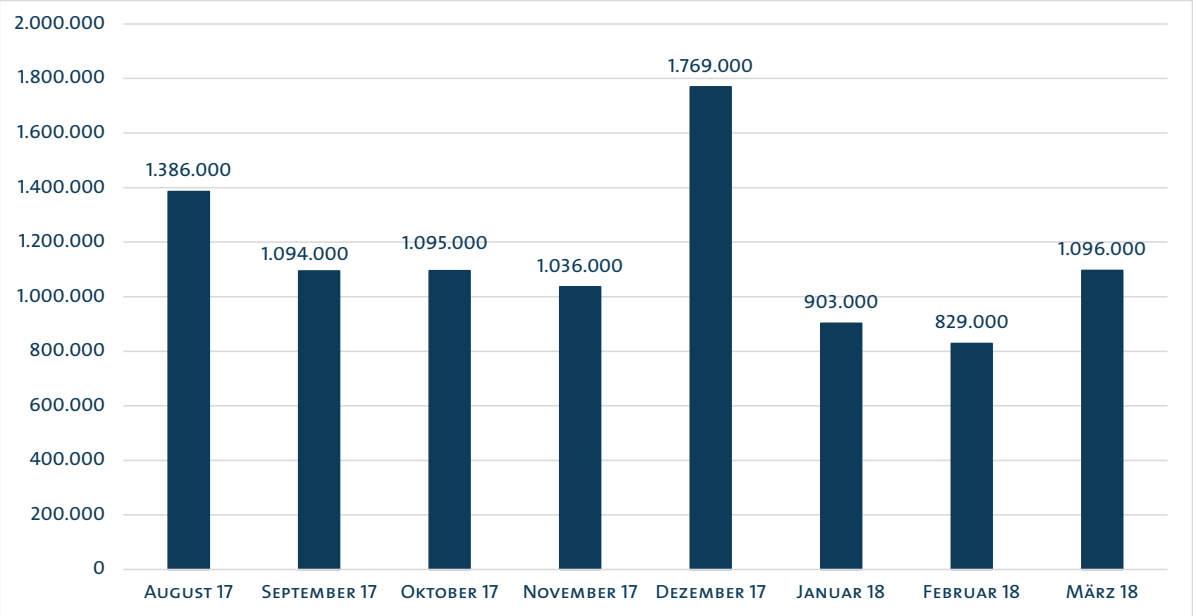
Mit Beginn des Weihnachtsmarktes am 27. November verdoppelten sich die Frequenzen in den Haupteinkaufsstraßen. Im Schnitt strömten mehr als 30.000 Personen täglich auf den Pferdemarkt – Rekordwert am 2.12. mit der Mystischen Nacht und 60.000 Besuchern, was nur noch vom Pflasterfest getoppt wird.

**Samstag**
**A-Lage**
**> 24.000**
**Passanten/Tag**

*Laserzählung KW 41/2018

Künftig kann die Entwicklung der Besucherfrequenz kann künftig einfach abgerufen un verglichen werden. Immoblien-Makler, Eigentümer und Einzelhändler zeigen bereits Interesse an den Daten, die in Form einer Standortbewerbung aufgearbeitet werden.

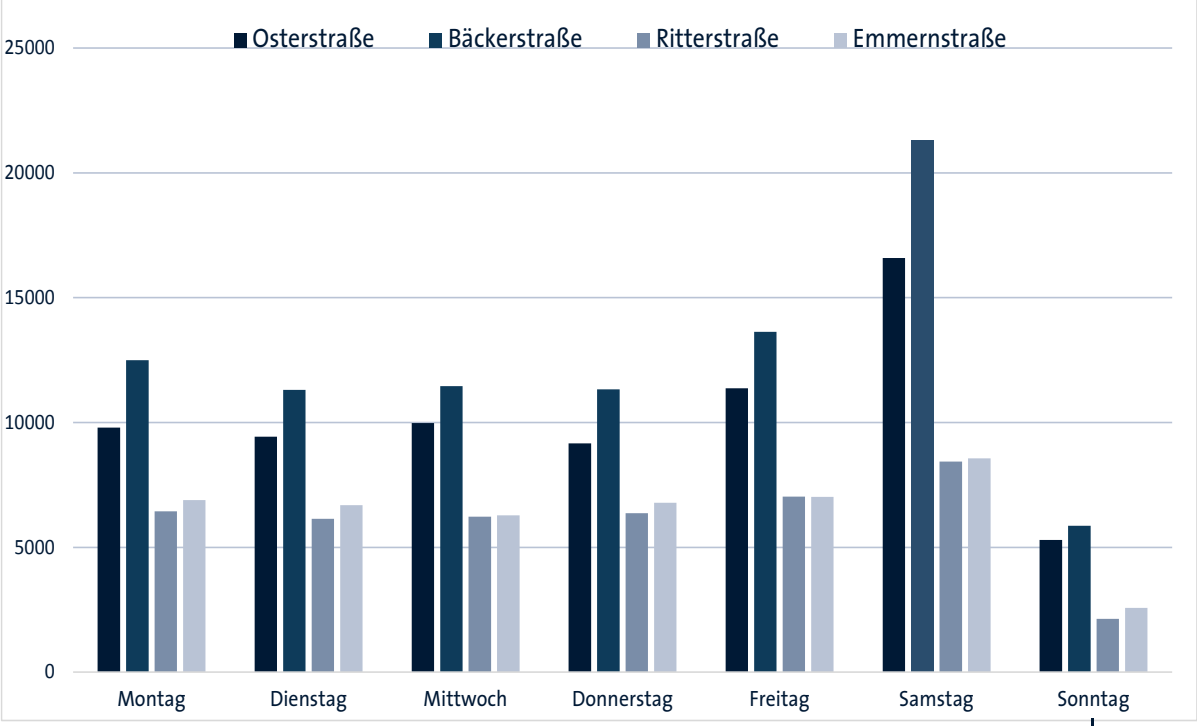
**Passantenfrequenz in den Haupteinkaufstraßen nach Monaten***




* Zähler Bäcker-, Oster-, Emmern- und Ritterstraße aggregiert

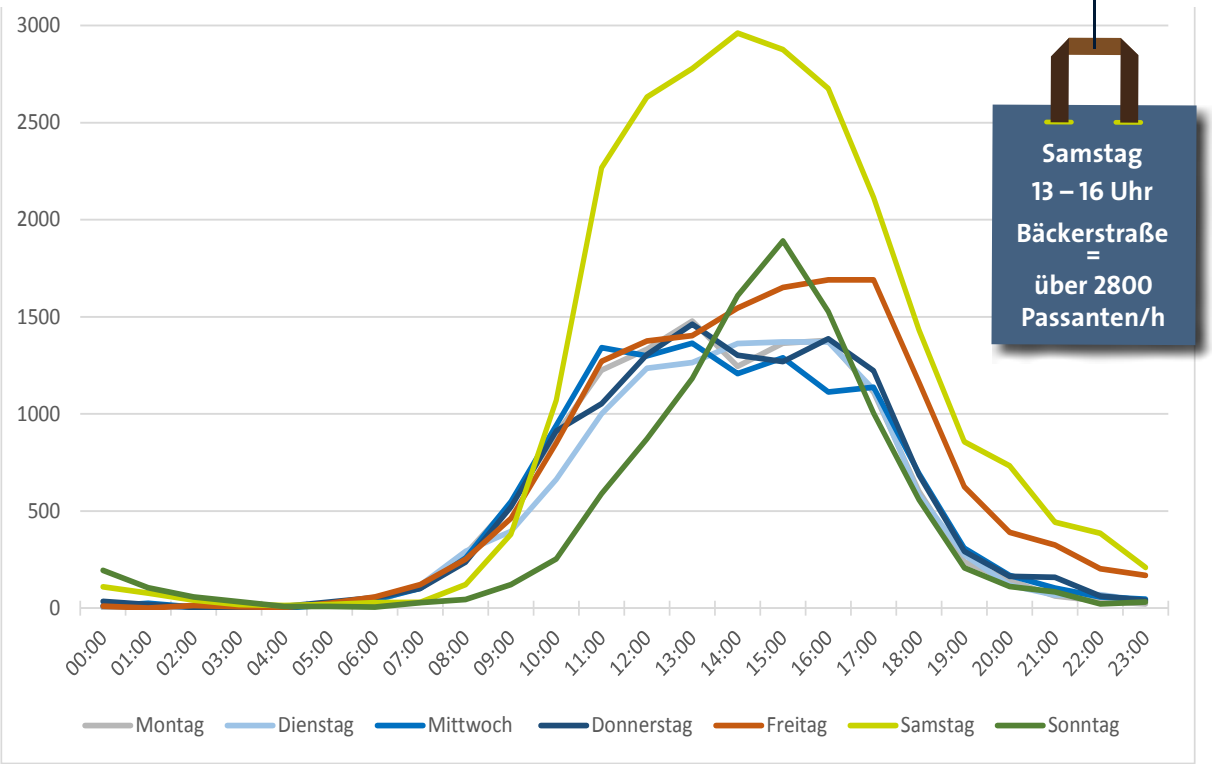
## Verteilung der Passantenströme an den Wochentagen

Beispielwoche 11. – 17. September 2017




## Verteilung der Passantenströme im Tagesvelauf

Beispiel Bäckerstraße 9. – 15. Oktober 2017



# Weitere Projekte

**Weihnachtsbeleuchtung und -deko**
Die neue Weihnachtsbeleuchtung konnte auch 2017 mit Unterstützung vieler Anlieger und Lichtpaten in der Altstadt erstrahlen. Nach dem im letzten Jahr die Baustraße und die Kleine Straße hinzukamen, reihte sich 2017 auch die Fischpfortenstraße ein.
Der Weihnachtsbaum in der Osterstraße wurde an die neue Beleuchtung angepasst und prächtig geschmückt. Zahlreiche Dekoinseln mit Wegweisern wurden extra für den Weihnachtsmarkt angefertigt.

**„Lütje Eisbahn“**
Über 4000 Kinder nutzten in diesem Jahr die Eisbahn auf dem Hamelner Weihnachtsmarkt. Dank zahlreicher Sponsoren, konnte die HMT damit einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität des Weihnachtsmarktes leisten. erstmalig wurde die Eisbahn erfolgreich bis zum 30.12. verlängert.


**Lila Bühne auf dem Weihnachsmarkt**
Die Kultveranstaltung begeistert Hamelner Kinder seit vielen Jahren in der Weihnachtszeit. Seit 4 Jahren veranstaltet das Stadtmarketing dieses Kinderhighlight, da es sonst vom Markt gegangen wäre. 2017 besuchten über 2000 Kinder das Puppentheater auf dem Markt

**Hamelner Einkaufsgutschein**
Mit über 90 T€ Verkaufswert etabliert sich der Gutschein auf hohem Niveau. Das neue, freche Design mit dem Slogan „Fette Beute“ sichert Kaufkraft für Hameln.

**Autumn Moon**
Die Veranstaltung findet seit 3 Jahren Mitte Oktober am Weserufer statt und sorgt in Szenekreisen Deutschlandweit für aufsehen. Die HMT tritt hier als Co-Veranstalter auf. Neben dem Festival findet ein „Mystic Halloween Markt“ statt der allen Besuchern offen steht.

## 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 und dem Vereinssport. An nur 6 Werktagen kann der Schulsport im Jahr verlegt werden. Daher sind Veranstaltungen (Messe, Tagungen, Konzerte, IHK-Prüfungen), die während der Woche stattfinden müssen, nur eingeschränkt durchführbar. Ein Ausweichen ins kleinere Weserbergland-Zentrum ist nicht immer möglich.

Trotz Wettbewerbsdruck, gelingt es Jahr für Jahr, fernsehbekannte Entertainer nach Hameln zu locken. Über 42.000 Gäste kamen zu den diversen Veranstaltungen in der Rattenfänger-Halle. Seit Juni 2017 hat die Halle das Zertifikat „Barrierefreiheit geprüft“ aus der bundesweiten Aktion „Reisen für alle“. Durch diese Überprüfung konnten erste Maßnahmen zur Verbesserung eingeleitet werden.

Erneute Zuwächse verzeichnete das Weserbergland-Zentrum. Über 21.000 Besucher kamen 2017 zu den Veranstaltungen. Deutlich mehr als im Vorjahr. Ende 2017 wurde der neue Pachtvertrag für beide Hallen unterzeichnet. Auch für dieses Haus laufen die Vorbereitung zur Überprüfung für „Reisen für alle“.

# Rattenfänger-Halle

**Konzerte / Kulturveranstaltungen:**
Die Nacht der Musicals, Sascha Grammel, Musical „Phantom der Oper“, Musical Bibi Blocksberg, Konzert Völkerball, Musical „Massachusetts“, Comedy Markus Krebs, Konzert Joja Wendt, Autumn Moon Festival, Kabarett Dietmar Wischmeyer, Comedy Paul Panzer, Ballett Nussknacker

**Sportveranstaltungen:**
Rollschuhmärchen „Eiskönigin“, Dewezet-Supercup, Volvo-ABG-Fußballturnier, Video-Clip-Meisterschaft, Box-Gala, Rollschuhmärchen „Dori“

**Gesellschaftsveranstaltungen:**
Karneval der besonderen Menschen, Ball der Polizei, Sportgala, Oktoberfest, Party Ibiza Night
Abschlussbälle der Schulen: Schiller-Gymnasium, Ernestinum-Gymnasium, Otto Hahn Gymnasium, HSW

**Messen / Ausstellungen / Tagungen:**
SPD-Landes Parteitag
Wer kann was Messe
Tattoo-Messe
Ausbildungsmesse

## Weserbergland-Zentrum

**Tagungen / Kongresse:**
Neujahresempfang der Paritäten, Hameln 2030, IHK Prüfungen, Holocaust-Gedenkstunde, Vortrag Dr. Binder, IVCG Vortrag, Niedersächsischer Städtetag, Onkologie-Kongress, Frauenversammlung, Gleichstellungsbeauftragte, Generalversammlung Volksbank Wesertal, WGH, Vertreterversammlung Volksbank Hameln Stadthagen eG, Haas Steuerseminare, Vortrag Dr. Petra Wenzel, Wahlhelferschulung zur Landtagswahl Niedersachsen. Personalversammlung Sparkasse, Bündnis 90 Die Grünen Parteitag, Regionalkonferenz Landkreis Hameln-Pyrmont, Seminar „Die Einkommenssteuererklärung“, Parkinsonforum

**Gesellschaftsveranstaltungen:**
BörsenNacht der Sparkasse Hameln Weserbergland, Sportlerehrung der Stadt Hameln Abschlussball KGS Bad Münder, Abschlussball KGS Salzhemmendorf, AdU Herbstempfang, Pensionärstreffen E.ON Westfalen Weser

**Messen / Ausstellungen:**
Hochschulinformationstag, Bautage, Second Hand Modemarkt, Bonsai Ausstellung

**Konzerte / Kulturveranstaltungen**
Mitsorgtheater, Comedian Matze Knop, Kinder- u. Jugendtheater „Das Gelbe vom Ei“, Comedian Matthias „Puff Paff“, Comedian Rüdiger Hoffmann, Weihnachtsmärchen Dornröschen, Konzert Saso Avensik und seine Oberkrainer

# Kooperationen

**Die HMT vertritt die Interessen Hamelns in folgenden Organisationen:**

**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 und Verkaufsförderung im Ausland. Der HMT-Geschäftsführer fungiert als stellvertretender Sprecher der Kooperation. Die Jahrestagung fand im Dezember des Berichtsjahres in Hameln statt.*

**Die „Deutsche Märchenstraße“** mit Sitz in Kassel vermarktet die Ferienroute von Hanau bis Bremen. Der HMT-Geschäftsführer ist Vorstandsmitglied.

**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.),
sowie in diversen Arbeitskreisen.

Harald Wanger wurde im November in den Aufsichtsrat der **DTV Service GmbH** berufen.


*Jahrestagung „9 Städte + 1 in Niedersachsen“

# Organe

**Aufsichtsrat**

Dem Aufsichtsrat haben im Geschäftsjahr angehört:

- **Lars Kocea**, Vertriebskoordinator
  Vorsitzender ab 7.September
- **Michael Vietz**,
  Mitglied des Bundestages,
  Diplom Ökonom, Vorsitzender
  bis 7. September
- **Frank Borris Baum**
  Vorstand car akustik GmbH
  stellvertretender Vorsitzender
- **Hermann Aden**, Stadtbaurat
  Stadt Hameln
- **Claudio Griese**, Oberbürgermeister
- **Gabriele Güse**, Hotelier
- **Wolfgang Meier**, Dipl.-Pädagoge
- **Claudia Reisch**,
  GF DWZ Verlagsgesellschaft

Ab 7. September
- **Gerd Wolfgang Beck**, Ratsherr
- **Tomke Meier**, Politikwissenschaftlerin (M.A.)

Bis 7. September
- **Thomas Meyer-Hermann**,
  Industriekaufmann
- **Elke Meyer**, Kauffrau

**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
- **Gerhard Paschwitz**, Polizeibeamter a.D.
- **Horst Wellner**, Kaufmann
- **Jens Laparose**, Kaufmann
- **Gabriele Güse**, Hotelier

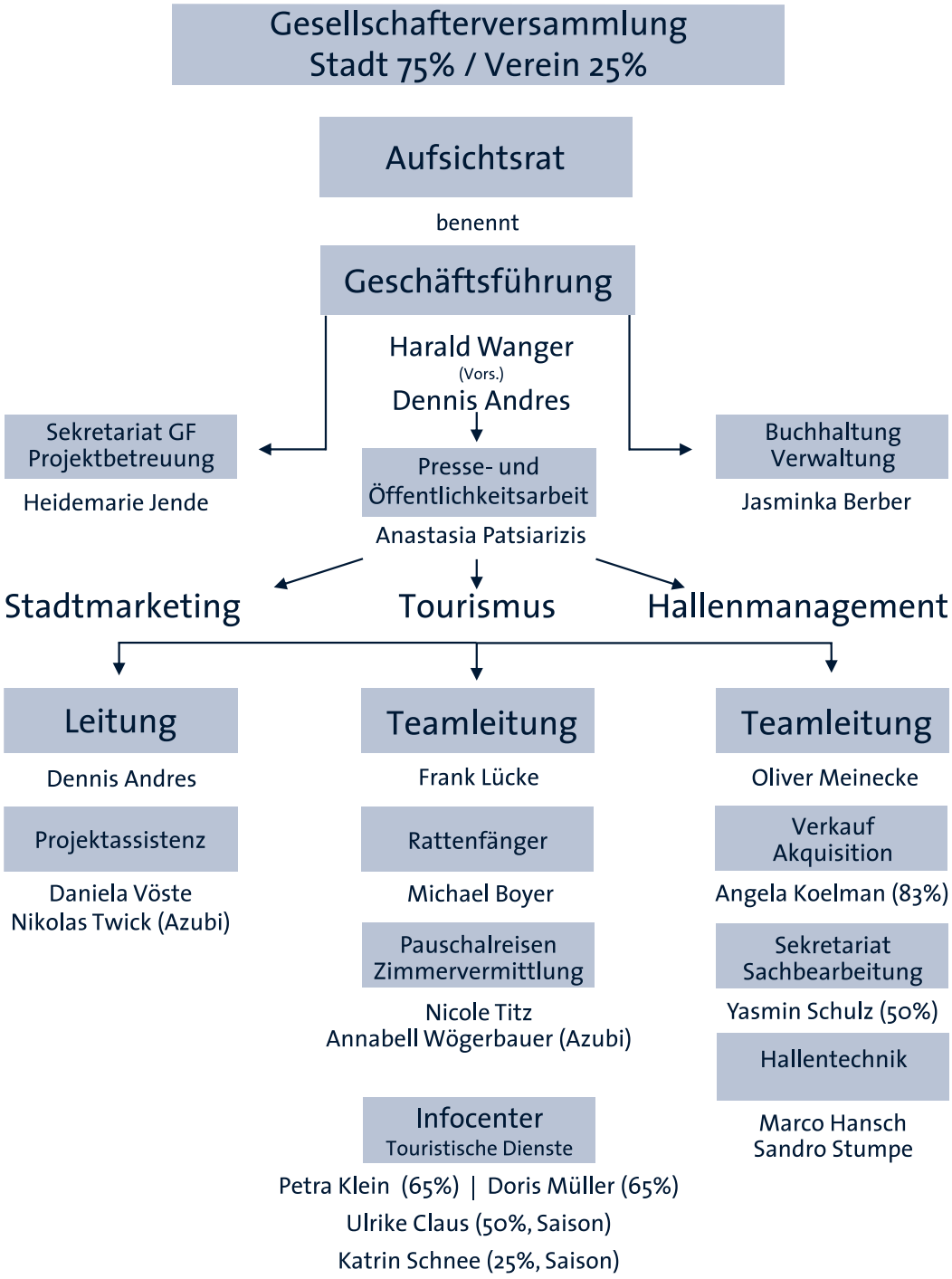
Ab 7. September
- **Anette Dreisvogt,** Sekretärin
- **Gerd Siepmann**,
  Veranstaltungskaufmann

Bis 7. September
- **Herbert Rode**, Bäckermeister i.R.
- **Julia Maulhardt**, Betriebswirtin (BA)

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

**Geschäftsführung**: Harald Wanger (Vorsitz) und Dennis Andres

## Organigramm der HMT GmbH




Stand: 31.12.2017

# Hameln Marketing und Tourismus GmbH
# BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2017

**A K T I V A**

| | 31.12.2017<br>€ | 31.12.2016<br>€ |
|---|---|---|
| **A. ANLAGEVERMÖGEN** | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | |
| Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 4.490,00 | 6.751,00 |
| II. Sachanlagen | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken | 657.200,00 | 734.949,00 |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen | 22.882,00 | 27.334,00 |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 100.382,00 | 100.867,00 |
| | 780.464,00 | 863.150,00 |
| | 784.954,00 | 869.901,00 |
| **B. UMLAUFVERMÖGEN** | | |
| I. Vorräte | | |
| Fertige Erzeugnisse und Waren | 22.123,13 | 24.424,95 |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | | |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 80.773,38 | 59.892,53 |
| 2. Forderungen gegen Gesellschafter | 314.061,56 | 134.012,81 |
| 3. Sonstige Vermögensgegenstände | 818,80 | 20.151,80 |
| | 395.653,74 | 214.057,14 |
| III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks | 237.674,51 | 329.777,72 |
| | 655.451,38 | 568.259,81 |
| **C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN** | 7.442,45 | 7.172,45 |
| | 1.447.847,83 | 1.445.333,26 |

# Hameln Marketing und Tourismus GmbH
# BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2017

**P A S S I V A**

| | | 31.12.2017 € | 31.12.2016 € |
|---|---|---|---|
| **A.** | **EIGENKAPITAL** | | |
| I. | Gezeichnetes Kapital | 150.000,00 | 150.000,00 |
| II. | Gewinn-/Verlustvortrag | 3.654,47 | -20.191,14 |
| III. | Jahresüberschuss | 6.169,47 | 23.845,61 |
| | | 159.823,94 | 153.654,47 |
| **B.** | **RÜCKSTELLUNGEN** | | |
| | Sonstige Rückstellungen | 142.200,00 | 142.300,00 |
| **C.** | **VERBINDLICHKEITEN** | | |
| 1. | Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 992.405,61 | 1.063.176,03 |
| 2. | Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 69.439,79 | 47.393,36 |
| 3. | Sonstige Verbindlichkeiten | 50.557,15 | 25.830,84 |
| | | 1.112.402,55 | 1.136.400,23 |
| **D.** | **RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN** | 33.421,34 | 12.978,56 |
| | | 1.447.847,83 | 1.445.333,26 |

# Hameln Marketing und Tourismus GmbH
# Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2017

| | | 2017<br>€ | 2016<br>€ |
|---|---|---|---|
| 1. | Umsatzerlöse | 1.774.445,07 | 2.227.555,91 |
| 2. | Erträge aus Zuschüssen | 832.427,50 | 852.116,70 |
| 3. | Sonstige betriebliche Erträge | 4.120,75 | 6.697,94 |
| 4. | Materialaufwand | | |
| | a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren | 77.324,75 | 80.255,92 |
| | b) Aufwendungen für bezogene Leistungen | 1.221.402,19 | 1.690.209,24 |
| | | 1.298.726,94 | 1.770.465,16 |
| 5. | Personalaufwand | | |
| | a) Löhne und Gehälter | 711.421,02 | 696.971,84 |
| | b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung | 156.055,79 | 127.332,50 |
| | | 867.476,81 | 824.304,34 |
| 6. | Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen | 105.337,89 | 111.857,49 |
| 7. | Sonstige betriebliche Aufwendungen | 311.692,73 | 332.803,94 |
| 8. | Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 0,48 | 18,04 |
| 9. | Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 21.595,07 | 23.108,01 |
| 10. | Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | -5,11 | 4,04 |
| **11.** | **Jahresüberschuss** | 6.169,47 | 23.845,61 |

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

| | ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN | | | | AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1. Jan. 2017 | Zugänge | Abgänge | 31. Dez. 2017 | 1. Jan. 2017 | Zuführungen | Auflösungen | 31. Dez. 2017 |
| | € | € | € | € | € | € | € | € |
| I. IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE | | | | | | | | |
| Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 42.259,58 | 500,00 | 0,00 | 42.259,58 | 35.508,58 | 2.761,00 | 0,00 | 38.269,58 |
| II. SACHANLAGEN | | | | | | | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken | 2.005.423,59 | 0,00 | 0,00 | 2.005.423,59 | 1.270.474,59 | 77.749,00 | 0,00 | 1.348.223,59 |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen | 181.596,96 | 1.228,50 | 0,00 | 182.825,46 | 154.262,96 | 5.680,50 | 0,00 | 159.943,46 |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 525.844,59 | 18.662,39 | 0,00 | 544.506,98 | 424.977,59 | 19.147,39 | 0,00 | 444.124,98 |
| | 2.712.865,14 | 19.890,89 | 0,00 | 2.732.756,03 | 1.849.715,14 | 102.576,89 | 0,00 | 1.952.292,03 |
| GESAMT: | 2.755.124,72 | 20.390,89 | 0,00 | 2.775.515,61 | 1.885.223,72 | 105.337,89 | 0,00 | 1.990.561,61 |

## 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

Impressum: Herausgeber/Gestaltung/Fotos: Hameln Marketing und Tourismus GmbH | Satz und Gestaltung Heidemarie Jende | Druck Albert Matzow GmbH | Juni 2018