

Geschäftsbericht

Hameln Marketing und Tourismus GmbH

2019

www.hameln.de



Inhaltsverzeichnis



4 Vorwort

Tourismus

5 Allgemeine Entwicklung

6 Digitale Transformation

7 Übernachtungen

8 Produkt | PR und Vertrieb

9 Rattenfänger-Freilichtspiel
Musical RATS

Weihnachtsmarkt und Musical

10 „Die Päpstin“

Stadtmarketing

12 Allgemeine Entwicklung

13 Veranstaltungen

14 Frequenzzählung

15 Sicherheit



Hallenmanagement

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



Jahresabschluss und Prüfbericht

- 22 Bilanz zum 31. Dezember 2019 - Aktiva
- 23 Bilanz zum 31. Dezember 2019 - Passiva
- 24 Gewinn- und Verlustrechnung
- 25 Gliederung des Anlagevermögens
- 26 Prüfungsvermerk
- 27 Unterstützer und Partner | Impressum



Angesichts der Corona-Krise ist ein unbefangener Blick auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 schwer möglich. Zu sehr greift das Virus in unsere Gesellschaft ein und stürzt im Besonderen die Reise- und Veranstaltungsbranche in eine bisher nicht gekannte Krise. Was genau die Entwicklung bringt, ist zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Geschäftsberichtes ungewiss.

Das Jahr 2019 weist gleich drei Bestwerte auf: Das Geschäftsvolumen der HMT erreichte mit 3,6 Mio. Euro den bisherigen Höchststand. Die Vermietung der Rattenfänger-Halle war noch nie so erfolgreich. Und die Zahl der Gästeübernachtungen in Hameln stieg erstmalig auf knapp 220.000 an.

Die Entwicklung basiert auf einem nachhaltig starken Konsum und der Reiselust der Deutschen. Die überproportional hohen Zuwächse haben aber auch lokale Ursachen. Im Stadtmarketing garantierten Großveranstaltungen wie die Mystica Hamelon, das Pflasterfest oder Autumn Moon längst volle Hotels, Restaurants und Geschäfte.

Die Veranstaltungsformate der HMT sind nicht primär auf Gewinnerzielung ausgerichtet. Gemessen am Image und den Kundenströmen gewinnt Hameln insgesamt. Rattenfänger-Spiele und das Musical „RATS“ bleiben touristische Zugpferde. Die Vermarktung Hamelns ist eng eingebunden in Kooperationen, um mehr Schlagkraft zu erzielen. Mit der Kombination „Weihnachtsmarkt und Top-Musical“ - im Geschäftsjahr war es „Die Päpstin“ - gewinnt ein weiteres Standbein an Konturen. Auch das Hallengeschäft war 2019 sehr erfolgreich. Hausintern hat die Digitalisierung große Fortschritte gemacht. Beim Megathema „Nachhaltigkeit“ wird die HMT zukünftig Akzente setzen, Bsp. E-Mobilität.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre unseres Geschäftsberichtes. Sicher finden Sie sich bei dem ein oder anderen Thema wieder. Wenn nicht, sprechen Sie uns einfach an. Wir danken allen Partnern und Unterstützern, unseren Gremien und den MitarbeiterInnen ganz herzlich für ihre Arbeit.



Lars Kocea
Aufsichtsratsvorsitzender



Harald Wanger
Geschäftsführer (Vors.)



Dennis Andres
Geschäftsführer

Allgemeine Entwicklung

Die Bedeutung der Tourismusbranche für die Wirtschaft in Deutschland wurde aufgrund ihrer Kleinteiligkeit häufig unterschätzt.

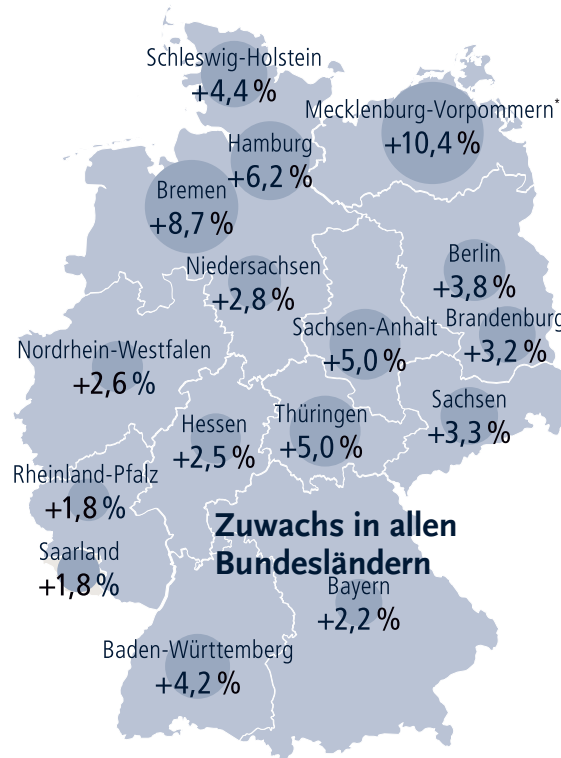
Was es bedeutet, wenn Hotellerie, Gastronomie, Reiseveranstaltung, Busreisen, das Veranstaltungs- und MICE-Geschäft etc. brach liegen, hat Corona leider mit aller Wucht offen gelegt.

2,92 Millionen Erwerbstätige sind in Deutschland direkt in der Tourismuswirtschaft beschäftigt; das sind 6,8 % der Erwerbstätigen.

105,3 Milliarden Euro beträgt die direkte Wertschöpfung aufgrund der touristischen Nachfrage.

Seit mehr als 10 Jahren steigen die Zahl der Gästeankünfte und -übernachtungen in Deutschland an. Es gibt Zuwächse in allen Bundesländern. Erfreulich ist, dass Hameln mit einem Zuwachs von 7,2 % Anstieg bei den Gästeübernachtungen deutlich über dem Landesdurchschnitt von 2,8 % liegt.

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



Veränderung der Übernachtungen 2019 zum Vorjahr in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen. *In Folge einer Berichtskreiserweiterung in Mecklenburg-Vorpommern sind Vorjahresvergleiche nur bedingt möglich. Quelle: Statisches Bundesamt, Wiesbaden 2020

2,9 Mio.
Arbeitsplätze

3,9 Mio.
Bruttowertschöpfung

Digitale Transformation

Veränderte Kundenerwartungen führen zu massiven Veränderungen in Organisation, Kommunikation und Vertrieb.

2019 machte sich die HMT-Geschäftsstelle auf den Weg in die Cloud. Effiziente Hardware-Anschaffungen und die durchgängige Nutzung von MS Office 365-Lizenzen bilden nun die interne Plattform für die digitale Transformation. In der Außenkommunikation legt die HMT Wert auf abgestimmte Print-Online-Maßnahmen.

Neben Facebook wurde der Instagram-Auftritt in Angriff genommen. Die Webseite hameln.de wird immer dann intensiv genutzt, wenn dynamische Daten wie Veranstaltungen, Besucher-Packages oder die Links zum Ticketing führen.

Mittelfristiges Ziel ist deshalb ein abgestimmtes E-Commerce mit online-Buchung von Theatertickets, Reisepaketen, Hotelzimmern, Gästeführungen auch für Einzelreisende sowie Merchandise. Die Wertschöpfungskette soll vollautomatisch bedient werden. Der online-Newsletter begleitet die Aktivitäten und informiert Stammkunden gezielt mit Neuigkeiten.

Große Datenmengen benötigen große Plattformen. Der in der zweiten Jahreshälfte abgeschlossene Rahmenvertrag zwischen HMT und OBS (Online Buchungs Software) war insofern ein großer, wichtiger Schritt. OBS ermöglicht teilnehmenden Hamelner Hotels und Ferienhäusern den Zugriff auf zahlreiche große Buchungsplattformen (s. Grafik).



Übernachtungen

Die Gästeankünfte stiegen um 3,8 %. Die Zahl der Übernachtungen erhöhte sich von 207.147 auf 219.719. Das ist eine Steigerung um 7,2 %. In diesen offiziellen Zahlen des Statistischen Landesamtes sind die zahlreichen Übernachtungen bei Privatvermietern mit weniger als 10 Betten nicht enthalten.

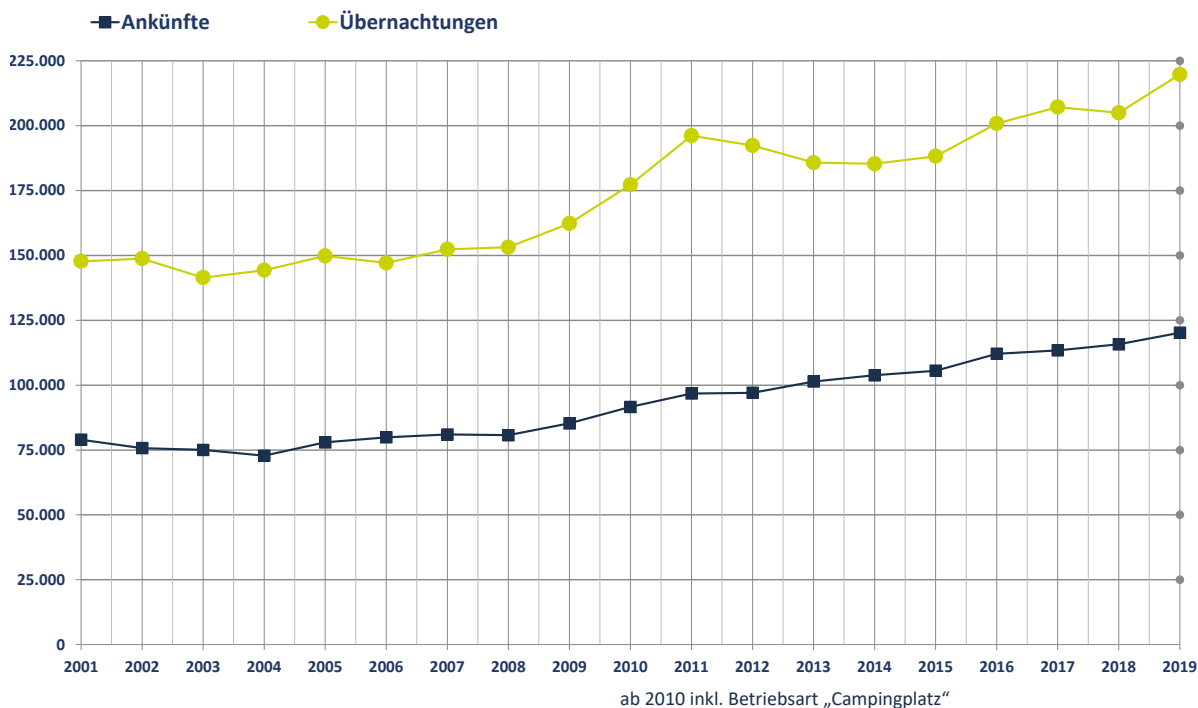
Die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland lag bei 32.183; das entspricht einem Anteil von 14,7 % aller Übernachtungen.

(Platzierung Vorjahr)

1. Niederlande (1)
2. Großbritannien (2)
3. China (3)
4. Dänemark (11)
5. Russland (4)
6. Schweden (6)

Diese offiziellen Zahlen erfassen nur Betriebe mit mindestens 10 Betten.

Übernachtungen



Produkt

Bei den Stadtführungen hält der Trend zur Individualisierung und Erlebnisorientierung an. Immerhin nehmen rund 60.000 Teilnehmer an knapp 3.000 Führungen teil. Im Berichtsjahr wurden neu entwickelt: „Der Stadtschreiber von Hameln“ als Kostümführung, „Kaffee, Kultur & Köstlichkeiten“ als Genussführung sowie eine zweistündige geführte E-Scooter-Tour. Das Pauschal- und Gruppenreisen-Segment erzielte einen Brutto-Umsatz von über 250 T€. Die Steigerung von 8 % zum Vorjahr beruht in erster Linie auf den attraktiven Musical-Pauschalen. Die Rattenfänger-Angebote erfreuten sich gleichfalls einer steigenden Nachfrage. Trotz intensiver online-Maßnahmen werden von der HMT jedes Jahr über 350.000 touristische Prospekte gedruckt, allen voran der „Schuppenprospekt“ als Hauptmedium sowie der „Reise-Katalog“, der die Unterkunftsbetriebe, Veranstaltungen und buchbaren Angebote präsentiert. Weitere Themen- und Veranstaltungs-Flyer sowie fremdsprachige Info-Folder in 13 Sprachen runden das Bild ab.



PR und Vertrieb

Neben der regionalen Pressearbeit kümmert sich die HMT um die Betreuung von nationalen wie internationalen Journalisten, Bloggern und TV- bzw. Rundfunk-Teams.

Zwar haben klassische Reisemessen an Bedeutung verloren. Dafür sorgen die Rattenfänger-Darsteller bei Veranstaltungen wie dem „Sachsen-Anhalt-Tag“ in Quedlinburg, dem „Tag der Niedersachsen“ in Wilhelmshaven, dem „Regions-Entdeckertag“ in Hannover mit einem mobilen Stand für erfolgreiche Auftritte. Das Musical „Die Päpstin“ machte zahlreiche Promo-Auftritte erforderlich, u.a. bei der „ABF“ in Hannover, der „Touristik- und Freizeit-Messe“ in Minden sowie der Landpartie“ in Bückeburg und Veranstaltungen in Holzminden, Hildesheim sowie am Steinhuder Meer. In Koblenz wurde bei den „Deutschen Zollsport-Meisterschaften“ schon für das nächstjährige Event – dann in Hameln – geworben. Über die Kooperationen (Vgl. S. 19) hatte die HMT auch international einen Fuß in der Tür.



Rattenfänger-Freilichtspiel



Musical RATS



Mit viel Schwung und neuen Ideen führten Christian Fölsch und Michael Bräunig die rund 60-köpfige Spielgruppe durch eine erfolgreiche Saison. Mit der Kampagne „Du kannst dabei sein!“, der Beteiligung an der Ferien-Card und weiteren Aktionen warb man intensiv um neue Mitspieler. Neu war auch, dass die Besucher nach der sonntäglichen Aufführung den Rattenfänger bei einer Führung aus nächster Nähe erleben konnten.

Nach wie vor ist die personelle und finanzielle Ausstattung der Gruppe schwierig. Neue Mitspieler und Förderer werden gesucht.

15 begeisternde Musical-Shows am Mittwoch sowie ein Sonderauftritt beim Mercedes Benz Oldtimer-Treffen absolvierte das Ensemble in der 20. Spielzeit.

Neben vielen Sponsoren und Unterstützern sicherten erneut die Stadtwerke Hameln und die Sparkasse Hameln-Weserbergland als Hauptsponsoren das kostenlose Vergnügen inmitten der Altstadt.

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



Weihnachtsmarkt und Musical „Die Päpstin“

Kombination



Ein erstmals verlängerter Weihnachtsmarkt bis zum 30. Dezember mit prall-gefülltem Programm und die „Päpstin“-Spielzeit mit 22 Musical-Shows bis einschließlich Silvester machten den Dezember in Hameln zum Besucher-Highlight. Das unterstreichen die lasergestützte Besucherzählung in der Fußgängerzone, die gestiegenen Übernachtungszahlen in den Hotels aber auch die ausgefüllten Besucherbögen im Theater. Danach kommen 50 % der insgesamt 14.000 Musicalbesucher als Tagesgäste von außerhalb, weitere 20 % legten sogar eine Hotelübernachtung ein.



Weihnachtsmarkt und Musical „Die Päpstin“

Alleinstellungsmerkmal

Für die HMT und Hameln insgesamt entwickelt sich das Paket aus attraktivem Weihnachtsmarkt und Top-Musical zum deutschlandweit anerkannten Alleinstellungsmerkmal. Dem Ensemble rund um Sabrina Weckerlin und Mathias Edenborn, dem gesamten Spotlight Musicals Produktionsteam aus Fulda sowie dem Theater Hameln gebührt unser Dank. Die HMT strebt die Übernahme weiterer Verantwortung bei der konzeptionellen Fortentwicklung des Hamelner Weihnachtsmarktes an. Die Fokussierung liegt auf dem Claim „Sagenhaftes Programm vor traumhafter Kulisse“.



Allgemeine Entwicklung

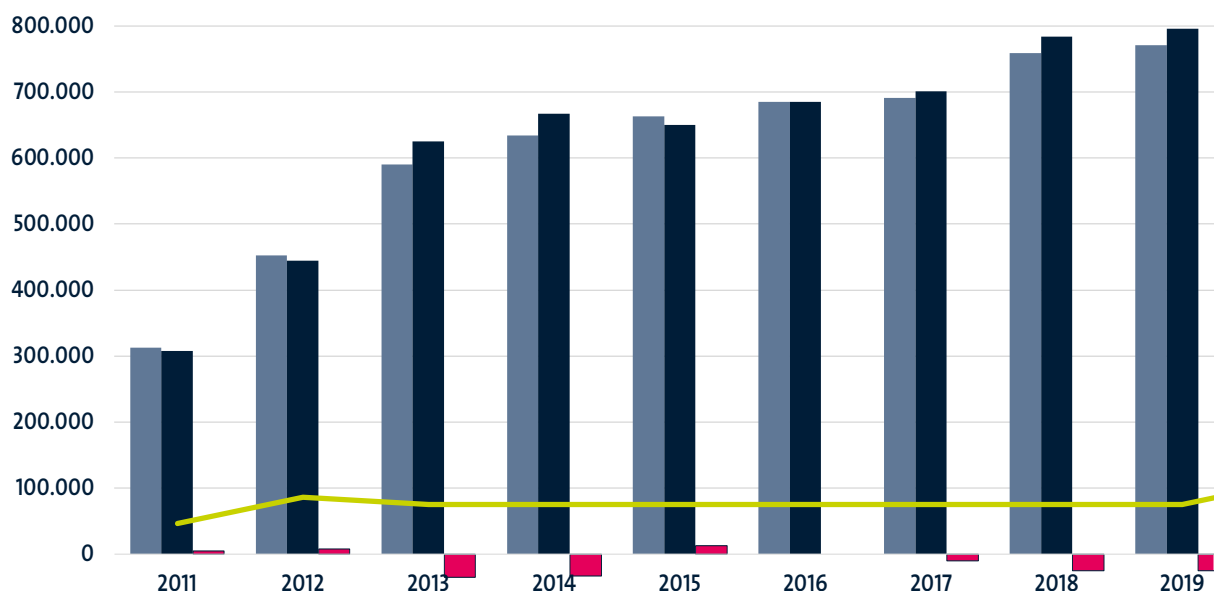
2019 wird uns noch lange in Erinnerung bleiben. Die Veranstaltungsformate des Stadtmarketings haben neue Höhen erreicht. Die Stetigkeit und die Qualität zahlt sich aus und zieht immer weitere Kreise.

Schwierigkeiten machen nach wie vor die allgemeinen Kostensteigerungen und die Sicherheitskosten im Speziellen. Dunkle Wolken schickt auch die Gewerkschaft Verdi über das Veranstaltungsgeschehen. Die hart erarbeitete Symbiose zwischen Veranstaltungen und Geschäftsöffnung geriet zuletzt durch den kurzfristig gestoppten Sonntag zwischen den Jahren ins Wanken. 2020 könnten auch die altbewährten Sonntagsöffnungen in den Fokus von Verdi geraten. Hoffnung machen die Frequenzzähler, die eindeutig die herausragende

Bedeutung der Veranstaltungen belegen, und als Nachweis vor Gericht hilfreich sein werden. Trotz Widrigkeiten nimmt das Stadtmarketing alle seine Aufgaben erfolgreich wahr. Der Beschluss über die Erhöhung des städtischen Zuschusses in der Sparte für 2020 bestätigt die erfolgreiche Arbeit und sichert den Fortbestand für die nächsten Jahre.



Nettogeschäftsvolumen der Sparte Stadtmarketing



Veranstaltungen

Erfolgreiche Events werden immer entscheidender, nicht nur für das positive „Wir“-Gefühl der Hamelner und die anerkennenden Blicke aus der Region. Sie sind ausschlaggebend für das Online-Gesicht der ganzen Stadt. Über die sozialen Medien werden Besucher zu Markenbotschaftern und teilen ihre Erlebnisse mit der ganzen Welt. Es gilt, diese Beiträge aktiv

zu fördern und zu steuern. Immer mehr Unternehmen entdecken die Bedeutung unserer Formate für einen lebendigen Wirtschafts- und Wohnstandort im Allgemeinen und für Kunden und Mitarbeiter im Speziellen. Diese finanzielle Beteiligung ist Grundlage für anspruchsvolle Events, die unsere Stadt einer breiten Öffentlichkeit im besten Licht präsentieren.



Mystica Hamelon – Anfang März
100.000 Besucher an 3 Tagen | verkaufsoffener Sonntag



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



Hamelner Weinfest – Mitte Juli
30.000 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
5 Wochen | rund 30.000 Besucher täglich.

Weitere Projekte

Weihnachtsbeleuchtung und -dekoration

Die Weihnachtsbeleuchtung wurde dank zahlreicher Sponsoren erneut vom Stadtmarketing realisiert. Der Rattenfänger- und der Kaiserbrunnen erhielten ein neues Gesicht. Die Dekoration des Weihnachtsmarktes wurde ebenfalls übernommen und deutlich verfeinert. Für die Standbetreiber wurde ein Heft mit „Best Practice“-Beispielen entwickelt, um die Anforderungen verständlicher zu gestalten.

Lila Bühne auf dem Weihnachtsmarkt

Die Kultveranstaltung begeistert Hamelner Kinder in der Weihnachtszeit seit Jahrzehnten. Seit 6 Jahren veranstaltet das Stadtmarketing dieses Kinderhighlight. 2019 besuchten über 2.000 Kinder das Puppentheater im Hochzeitshaus. Für 2020 muss Ersatz gefunden werden, da der Künstler in Rente geht.

Hamelner Einkaufsgutschein

Mit über 150 T€ Verkaufswert erreicht der Gutschein Rekordniveau. Die „Fette Beute“ wird vor allem bei Unternehmen als steuerfreier Sachwert für ihre Mitarbeiter immer beliebter. Mit jedem verkauften Gutschein bleibt ein Stück Kaufkraft in Hameln.

Autumn Moon

Seit 2015 findet das Festival Mitte Oktober am Weserufer statt und sorgt, in Szenekreisen, deutschlandweit für Aufsehen. Die HMT tritt als Co-Veranstalter auf. Autumn Moon ist mit zahlreichen Übernachtungen in Hameln verbunden.



Weitere Projekte

Kinder-Stadt-Rallye

Im Rahmen der Kinder-Kulturveranstaltung „Dein Sommer“ organisierte das Stadtmarketing eine Rallye durch die Geschäfte. An verschiedenen Stationen konnten die Kinder Aufgaben erledigen und Stempel sammeln. Tolle Preise sorgten für viele strahlende Gesichter bei der anschließenden Tombola - keiner ging leer aus. Bei der Gelegenheit lernten die Kinder und ihre Begleiter auch den Hamelner Einzelhandel besser kennen.

Tag der Lebenshilfe Niedersachsen

Die HMT trat hier als Dienstleister für die Lebenshilfe auf und organisierte weite Teile der Veranstaltung in der Innenstadt. Neben Bühnen, Programm und Marketing, wurde von der HMT ein Corporate Design für die Veranstaltungsreihe entwickelt, das jetzt bei allen Folgeveranstaltungen in anderen Städten eingesetzt werden soll.

Flächenmanagement

Die Passantenzählgeräte in den Haupteinkaufstraßen liefern wichtige Erkenntnisse. Bei potenziellen Mietern der leerstehenden Ladengeschäfte sind die Ergebnisse sehr gefragt und kamen bei einigen Neubesetzungen zum Einsatz. Insgesamt ist die Lage durchwachsen. Es zeichnet sich eine verstärkte Nachfrage nach Ladengeschäften über 400 qm in A-Lage ab, die leider nicht bedient werden kann, da die verfügbaren Ladenflächen zu kleinteilig sind.



Vermarktung und Perspektiven

Im Auftrag der Stadt Hameln betreibt die HMT das Weserbergland-Zentrum (Tagungszentrum) und die Rattenfänger-Halle (Mehrzwecksporthalle). Das WB-Z steht der HMT ohne Einschränkung ganzjährig zur Verfügung.

In der Rattenfänger-Halle teilt sich die HMT die Nutzung mit dem Schulsport der Handelslehranstalt und partiell dem Vereinssport. 2019 war im Bereich der Vermietung der Rattenfänger-Halle das erfolgreichste Jahr, seitdem die HMT diese Aufgabe von der Stadt Hameln übernommen hat. Auch das Weserbergland-Zentrum erzielte im Mehrjahresvergleich ein sehr gutes Ergebnis. Die konsequente Akquise und Kundenbindung der letzten Jahre vor Ort hat sich ausgezahlt.

Vorteilhaft ist für beide Häuser, dass ein flexibles Catering durch mehrere Anbieter ermöglicht wird. Für die Rattenfänger-Halle wurde ein neuer Getränke-Bezugsvertrag mit der Bitburger Brauereigruppe zum Jahreswechsel 2018/2019 abgeschlossen.

Ein großes Thema war und ist zudem die Verbesserung der Brandschutz-Standards in der Rattenfänger-Halle.

Beide Häuser sind die wichtigen Locations für unterschiedlichste Events in Hameln. Die nachfolgende Auflistung zeigt die Vielfalt des Veranstaltungsreigens. Damit wird ein wichtiger Beitrag zum kulturellen Angebot und für die heimische Wirtschaft geleistet.



Rattenfänger-Halle

Konzerte / Kulturveranstaltungen:

Nacht der Musicals, ABBA – Tribute Concert, Russian Circus on Ice, Vicky Leandros, Heinz Erhard-Show, Schwanensee-Ballett, Luke Mogdrige, Slava – russ. Sängerin, BeeGees-Musical, Havana-Nights-Show, Die Amigos, Jugendtheater „TKKG“, Konzert Völkerball, Egerländer Musikanten, Max Rabe und das Palastorchester, Caroline Kebekus, Kaya Yanar, Autumn Moon-Festival, Paul Panzer, Rock the Circus-Show,

Gesellschaftsveranstaltungen:

Silvesterball, Die große Ü30-Party, Oktoberfest, diverse Hochzeiten, Schul-Abschlußbälle Rinteln und Springe, Sportgala, Polizeiball, Karneval für Menschen mit Einschränkungen

Sportveranstaltungen:

Feuerwerk der Turnkunst, Box-Gala, Rollschuh-Musicals, Videoclip-Tanzmeisterschaften, Dewezet-Supercup

Messen / Ausstellungen / Tagungen:

Die Hundemesse, Tattoo-Messe, Ausbildungsmesse, Vertreterversammlung Volksbank Hameln-Stadthagen, Parkinson-Forum

Besonderheiten:

Umsetzung der ersten Maßnahme hinsichtlich Brandschutz. Nottreppe Tribüne in den Innenraum im Einsatz. Ermöglicht den sicheren Konzertbetrieb – führt aber auch zu erheblichem Mehraufwand bei Auf- und Abbau.



Weserbergland-Zentrum

Tagungen / Kongresse:

Neujahrsempfang der Paritäten, Jahreshauptversammlung der Wirtschaftsjuvenen, Seniorenforum der Stadt Hameln, Versammlung Landvolk Weserbergland Digitale Kundenerlebnisse - VB Hameln-Pyrmont, Mitarbeiterversammlung VB Hameln-Stadthagen, Ratssitzungen, Mitgliederversammlung WGH, Mercedes Benz Interessengemeinschaft Jahrestreffen, Herbsttagung der Betriebsräte und Personalräte der Sparkassen Finanzgruppen Nds./Bremen, CDU-Bezirksparteitag, Bürgerinfo Windenergie (Stadt Hameln), 10 Jahre Palliativ-Stützpunkt Hameln-Pyrmont, Personalversammlung Sparkasse Hameln-Weserbergland, FDP Landesverband Hannover Skill Camp, Steuerberaterverband Nds./Bremen Generalversammlung der Volksbank Wesertal

Konzerte / Kulturveranstaltungen

Die 5 Tenöre, Best of Harlem Gospel, Kindermusical "Die Schneekönigin", Gala-Night Abschlussball Tanzschule Für Sie, Konzerte Truck Stop und Simon and Garfunkel, Comedians Herr Schröder, Bastian Bielendorfer, Jürgen Becker, Christian Ehring, Sebastian Pufpaff

Gesellschaftsveranstaltungen:

BörsenNight und Betriebsfest Sparkasse Hameln Weserbergland, Sportlerehrung Stadt Hameln, Abschlussbälle, AdU Herbstempfang, Rattenfänger-Literaturpreis-Verleihung, Pensionärstreffen E.ON Westfalen Weser, Maskenball, Premierenfeier Musical „Der Medicus“ (s. Bild)

Messen / Ausstellungen:

Hochschulinformationstag, Bau- u. Energie-Messe





Kooperationen und Mitgliedschaften

Die HMT vertritt als Mitglied die Interessen Hamelns in folgenden Organisationen:

Deutscher Tourismusverband e.V.

Harald Wanger ist seit 2017 Mitglied des Aufsichtsrates der DTV Service GmbH.

Der Weserbergland Tourismus e. V. betreibt das touristische Dachmarketing und die Lobbyarbeit für das Weserbergland.

Der Erste Stadtrat Hermann Aden vertritt die Stadt Hameln im Vorstand des WT.

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

Die „**Neun historischen Städte in Niedersachsen**“ sind Plattform für eine gemeinsame Städterewerbung und Verkaufsförderung im Ausland. Der HMT-Geschäftsführer fungiert als stellvertretender Sprecher der Kooperation.

Kooperation „**Die 7 Schlösser im Weserbergland**“ verbindet die Rattenfängerstadt Hameln mit den Schlössern Bückeburg, Hämelschenburg, Fürstenberg, Bad Pyrmont, Corvey, Bervern und dem Schlosshotel Münchhausen.

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (BCSD) Deutscher Städtetag (Konferenz Tourismus) **Degefest** (Deutsche Gesellschaft zur Förderung und Entwicklung des Seminar- und Tagungswesens e.V.), sowie in diversen Arbeitskreisen.



Organe

Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat haben im Geschäftsjahr angehört:

- **Lars Kocea**, Vertriebskoordinator
Vorsitzender
- **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
- **Gerd Wolfgang Beck**, Ratsherr
- **Elke Meyer**, Kauffrau

Gesellschafterversammlung

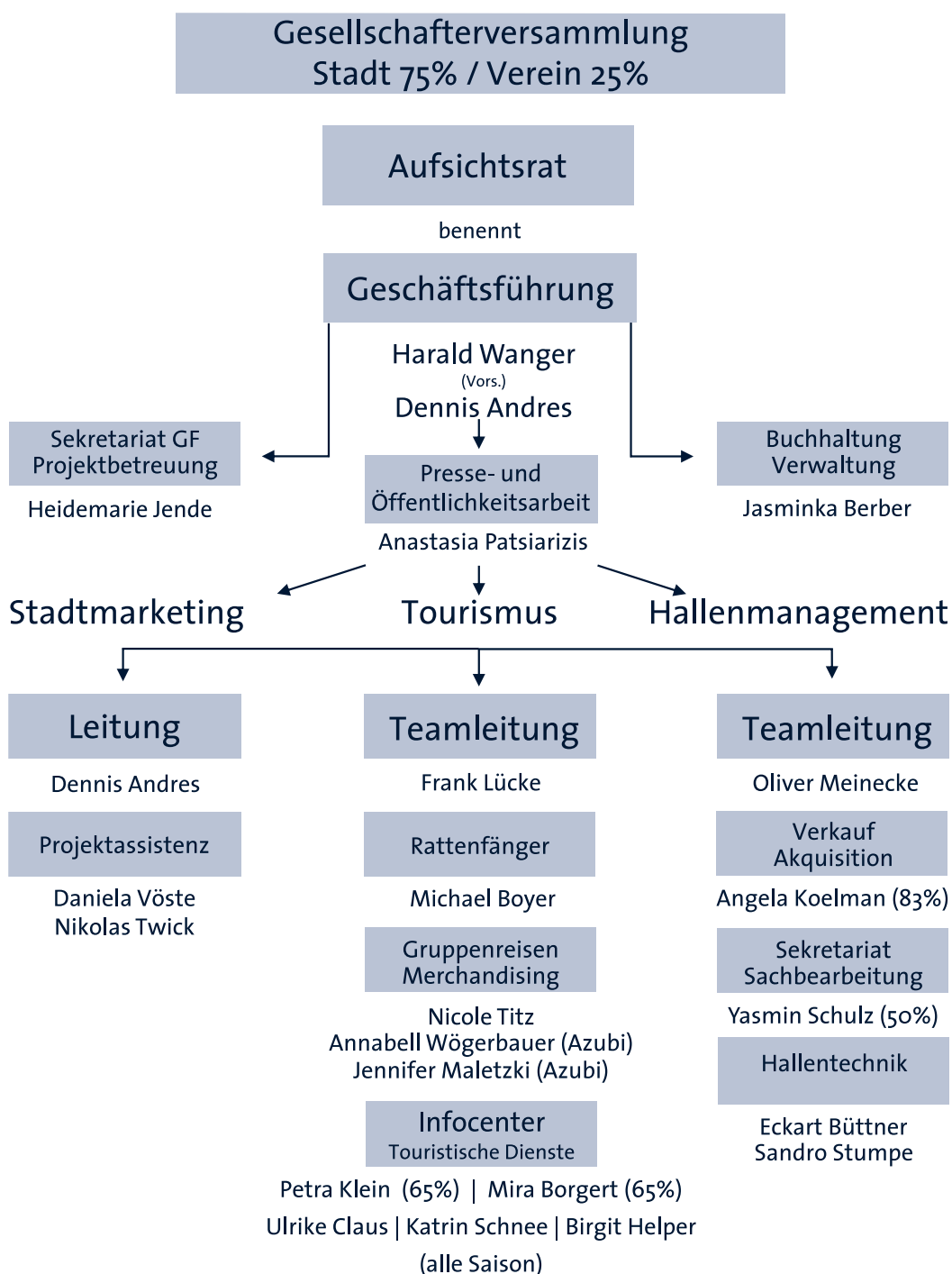
Die Gesellschafterversammlung setzte sich im Berichtsjahr aus gewählten Vertretern des Vorstandes des Stadtmarketing- und Verkehrsvereins Hameln e.V. sowie den folgenden, vom Rat der Stadt Hameln entsandten Vertretern, zusammen:

- **Andreas Breitkopf**, Stadt Hameln
Abteilungsleiter Finanzen
- **Gerhard Paschwitz**, Polizeibeamter a.D.
- **Jens Laparose**, Kaufmann
- **Gabriele Güse**, Hotelier
- **Anett Dreisvogt**, Sekretärin
- **Gerd Siepman**,
Veranstaltungskaufmann

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

Geschäftsführung: Harald Wanger (Vorsitz)
und Dennis Andres

Organigramm der HMT GmbH



Hameln Marketing und Tourismus GmbH BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2019

AKTIVA

	31.12.2019	31.12.2018
	€	€
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	<u>6.383,00</u>	<u>4.510,00</u>
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	501.699,00	579.450,00
2. Technische Anlagen und Maschinen	14.613,00	18.647,00
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<u>101.914,00</u>	<u>95.716,00</u>
	<u>618.226,00</u>	<u>693.813,00</u>
	<u>624.609,00</u>	<u>698.323,00</u>
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
Fertige Erzeugnisse und Waren	<u>26.002,00</u>	<u>19.273,57</u>
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	491.115,48	625.115,17
2. Forderungen gegen Gesellschafter	133.369,75	210.476,25
3. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>17.430,41</u>	<u>22.935,82</u>
	<u>641.915,64</u>	<u>858.527,24</u>
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	<u>439.125,77</u>	<u>207.261,92</u>
	<u>1.107.043,41</u>	<u>1.085.062,73</u>
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	<u>28.280,71</u>	<u>121.953,34</u>
	<u>1.759.933,12</u>	<u>1.905.339,07</u>

Hameln Marketing und Tourismus GmbH BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2019

PASSIVA

	31.12.2019	31.12.2018
	<u>€</u>	<u>€</u>
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	150.000,00	150.000,00
II. Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	34.000,00	0,00
III. Bilanzgewinn	<u>26.762,77</u>	<u>44.514,76</u>
	<u>210.762,77</u>	<u>194.514,76</u>
B. RÜCKSTELLUNGEN		
1. Steuerrückstellungen	0,00	4.100,00
2. Sonstige Rückstellungen	<u>201.100,00</u>	<u>179.300,00</u>
	<u>201.100,00</u>	<u>183.400,00</u>
C. VERBINDLICHKEITEN		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	848.946,19	920.999,18
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	444.518,55	528.225,40
3. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>30.066,49</u>	<u>33.653,45</u>
	<u>1.323.531,23</u>	<u>1.482.878,03</u>
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
	<u>24.539,12</u>	<u>44.546,28</u>
	<u>1.759.933,12</u>	<u>1.905.339,07</u>

Hameln Marketing und Tourismus GmbH Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2019

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

	2019 €	2018 €
1. Umsatzerlöse	2.742.564,32	2.668.425,06
2. Erträge aus Zuschüssen	901.492,88	885.407,95
3. Sonstige betriebliche Erträge	8.328,33	13.198,92
4. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	77.023,89	84.632,97
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>2.082.684,81</u>	<u>2.008.841,72</u>
	2.159.708,70	2.093.474,69
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	821.537,26	804.292,56
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>163.121,03</u>	<u>163.706,69</u>
	984.658,29	967.999,25
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	111.019,31	108.733,27
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	357.935,29	337.962,39
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,00	0,38
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	18.537,96	20.071,79
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	<u>4.277,97</u>	<u>4.100,10</u>
11. Jahresüberschuss	16.248,01	34.690,82
12. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	44.514,76	9.823,94
13. Einstellungen in Gewinnrücklagen		
a) in andere Gewinnrücklagen	<u>-34.000,00</u>	<u>0,00</u>
14. Bilanzgewinn	<u>26.762,77</u>	<u>44.514,76</u>

Jahresabschluss und Prüfbericht

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

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN			
	1. Jan. 2019	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2019	1. Jan. 2019	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2019
	€	€	€	€	€	€	€	€
I. IMMATERIELLE VERMÖGENS- GEGENSTÄNDE Entgeltlich erwor- bene Konzessionen, gewerbliche Schutz- rechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	45.792,58	5.166,21	0,00	50.958,79	41.282,58	3.293,21	0,00	44.575,79
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	1.425.973,59	77.751,00	0,00	1.503.724,59
2. Technische Anlagen und Maschinen	184.042,27	0,00	0,00	184.042,27	165.395,27	4.034,00	0,00	169.429,27
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Ge- schäftsausstattung	560.745,35	32.711,96	5.525,55	587.931,76	465.029,35	25.941,10	4.952,69	486.017,76
	2.750.211,21	32.711,96	5.525,55	2.777.397,62	2.056.398,21	107.726,10	4.952,69	2.159.171,62
GESAMT:	2.796.003,79	37.878,17	5.525,55	2.828.356,41	2.097.680,79	111.019,31	4.952,69	2.203.747,41


Prüfungsvermerk

Das Rechnungsprüfungsamt der Stadt Hameln hat im Auftrag der Gesellschaft den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2019, 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, 28. Mai 2020
Stadt Hameln
Rechnungsprüfungsamt


(Depping)
Leiter Rechnungsprüfungsamt


(L. Schmidt)
Rechnungsprüfer

Unterstützer und Partner

Die Arbeit der HMT stellt „Hameln“ in den Mittelpunkt des Handelns. Einfach umschrieben lautet die Aufgabe, ein positives Image sowohl in der Innen- als auch in der Außenwahrnehmung zu erzeugen, sowie zahlreiche Besucher in die Stadt zu locken, die Hameln als Markenbotschafter wieder verlassen. Um das zu erreichen, übernimmt die HMT viele Aufgaben, die nicht kostendeckend sind.

Möglich wird diese Arbeit durch Partner und Unterstützer, denen Hameln besonders am Herzen liegt. Dazu gehören über 300 Mitglieder im Stadtmarketing- und Verkehrsverein Hameln e. V., sowie viele Unternehmen, Institutionen, Vereine und engagierte Privatpersonen, die uns projektbezogen zur Seite stehen. Stellvertretend für dieses Engagement möchten wir an dieser Stelle unsere Hauptsponsoren nennen:



DEWEZET

STADTWERKE
HAMELN



Lenze



