Rattenfängerstadt
Hameln

Geschäftsbericht

Hameln Marketing und Tourismus GmbH

2018

www.hameln.de

Inhaltsverzeichnis

Titelbild: „Der Medicus“

Inhaltsverzeichnis

Das Geschäftsvolumen stieg auf über 3,5 Mio. Euro, das höchste seit 2009 (Rattenfänger-Jubiläum und Tag der Niedersachsen). In der Gesellschaft verbleibt ein Gewinn nach Steuern von T€ 34. Über die Bilanz der HMT hinaus wirken die Projekte und Veranstaltungen auf die gesamte Stadt und die Wirtschaft.
Das Musical „Der Medicus“ war mit fast 20.000 begeisterten Besuchern und einer Auslastung von 94 % der bisher erfolgreichste Einkauf und das größte Einzelprojekt der HMT im Berichtsjahr. Die Kooperation mit Spotlight Musicals und dem Theater Hameln, in Verbindung mit dem attraktiven Zeitraum rund um Weihnachtsmarkt und Jahreswechsel, hat sich sehr bewährt. Das Musical-Projekt stützt die Aktivitäten im Tourismus und Stadtmarketing und sorgt für ein weiteres Alleinstellungsmerkmal in Hameln.
Im Stadtmarketing hat sich das Veranstaltungs-Portfolio auf einem hohen Niveau stabilisiert und zieht zahlreiche Gäste aus Nah und Fern. Lasergestützte Besucherzählungen 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. Der Verkauf der Pauschalreisen hat sich stabilisiert, das Merchandising wächst weiter. Die Aufgabenwahrnehmung der Tourist Information als zentrale Anlaufstelle verändert sich zunehmend und wird mit der neuen Benamung „Infocenter“ treffender beschrieben als vormals „Tourist Information“.
Auch im Hallenmanagement konnten erneut gute Zahlen geschrieben werden. Weserbergland-Zentrum und Rattenfänger-Halle sind *die* Veranstaltungshäuser in Hameln. Die zunehmende Akquise zeigt eine positive Wirkung.

Allen Geschäftspartnern und Unterstützern, den Gremien und insbesondere den Mitarbeiter/Innen der HMT danken wir herzlich für ein sehr engagiertes und erfolgreiches Jahr 2018.

Lars Kocea
Aufsichtsratsvorsitzender

Harald Wanger
Geschäftsführer (Vors.)

Dennis Andres
Geschäftsführer

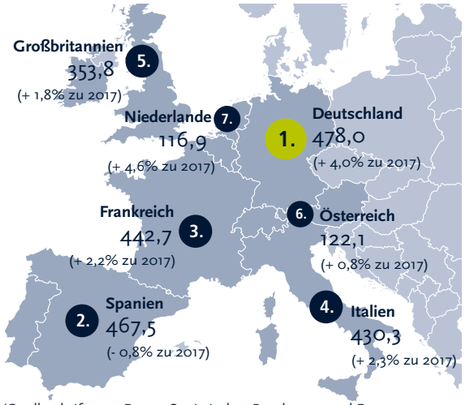
Allgemeine Entwicklung

Zum neunten Mal in Folge hat Deutschland 2018 seinen eigenen Übernachtungsrekord gebrochen. Mit insgesamt 478 Mio. Gästeübernachtungen liegt Deutschland im Europa-Ranking damit auf Platz 1.

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.
Dabei kommt dem Thema „Nachhaltigkeit im Urlaub“ bei der Reiseentscheidung eine zunehmend höhere Bedeutung zu, was eine neue Perspektive für die HMT und ihre Partner bedeutet.

Europaranking: Deutschland auf Platz eins

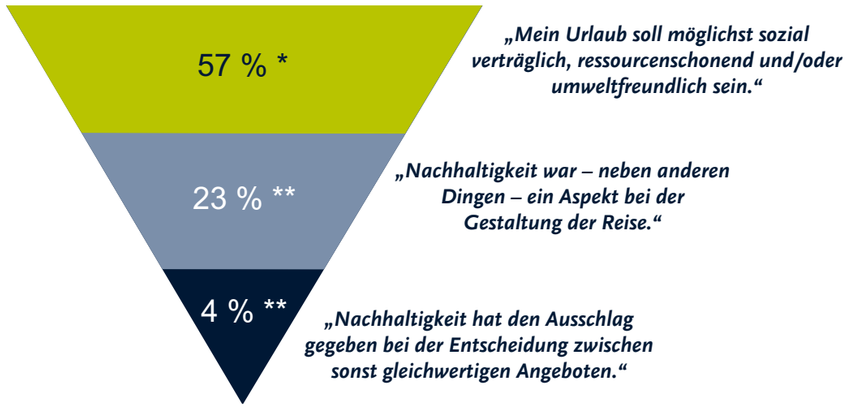
Übernachtungen 2018 in gewerblichen Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



(Quelle: dwif 2019, Daten: Statistisches Bundesamt und Eurostat, in: DTV – Zahlen, Daten, Fakten 2018)

Nachhaltig reisen: Anspruch versus Realität

Rolle der Nachhaltigkeit bei der Urlaubsplanung



* Urlaubsreisende (ab 5 Tage Dauer) in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
** Urlaubsreisen 2018 (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2019, Kiel, in: DTV – Zahlen, Daten, Fakten 2018

Übernachtungen

Die Gästeankünfte stiegen um 2,1 % auf 115.745. Die Zahl der Übernachtungen verringerte sich von 207.147 auf 204.945. Nicht enthalten sind hier die zahlreichen Übernachtungen bei Privatvermietern mit weniger als 10 Betten. Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland sank leicht von 35.087 auf 34.464 (-1,8 %). Der Auslandsanteil beträgt somit 16,8% aller Übernachtungen.

Übernachtungen		
Jahr	Ankünfte	Übernachtungen
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
2018	115.745	204.945

* 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 (3)
4. Schweden (6)
5. Schweiz (10)
6. Russland (4)

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

Erlebnisführungen

Die Trendwende wurde eingeläutet. Zuwächse gab es bei den offenen Führungen für Individualgäste, Rückgänge bei den Gruppenbuchungen. Mit einem 5-Punkte-Plan wird dieses Segment gestärkt:

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

Jahr	Führungen	Pers.-Zahl	Rattenfänger-Aktivitäten*
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
2017	2.636	56.917	613
2018	3.152	64.932	624

*ohne Freilichtspiel und Musical RATS

Gruppengeschäft

Im Pauschal- und Gruppenreisen-Segment wurde ein Brutto-Umsatz von 235 T€ erzielt. Diese Steigerung von gut 13 Prozent zum Vorjahr erklärt sich in erster Linie durch Angebote rund um den „Medicus“.
Durch Konkurrenz von Internet-Portalen, Dumping-Preise in Großstädten (besonders im Sommer), sowie zunehmende Direktbuchungen unterliegen Städtepauschalen insgesamt einem zunehmenden Kostendruck.

Die HMT legt deshalb den Schwerpunkt auf individuelle Kundenberatung, Präsenz auf Online-Portalen und die Vermarktung von Baustein-Angeboten.

Messen/Events/Workshops

Bei den Hansetagen in Rostock, dem Deutschen Wandertag in Detmold, dem „Regions-Entdeckertag“ in Hannover und dem Grimm-Jubiläum in Lügde rührte der Pfeifer für Hameln die Werbetrommel.
Traditionell steht der bunte Mann mit Federhut auch bei der Saison-Eröffnungsfahrt der „Flotte Weser“ im Rampenlicht.

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 Dresden sowie einigen Reisemessen im benachbarten Ausland (Utrecht/NL, Brüssel, Herning/DK) einen Fuß in der Tür.

Print

Tourismuszukunft, ein Beratungsunternehmen aus Bayern, nahm eine vergleichende Bewertung der touristischen Prospekte aller Städte Niedersachsens vor.

Die Hameln-Prospekte landeten dabei auf dem ersten Platz. Besonders gefiel den Experten das einprägsame Logo, ein ausgewogenes Text-Bild-Verhältnis, zielgruppenrelevante Texte sowie eine gute Wiedererkennbarkeit durch klare, stringente Farbwahl bei Flächen und Text.

Auch im digitalen Zeitalter haben die Gäste großes Interesse an gedruckten Informationen, wie jeden Tag im Infocenter zu erleben ist.
Für fremdsprachige Besucher hält die HMT einen Informations-Folder in 13 Sprachen bereit.

Online

Auch die Online-Aktivitäten der HMT wurden von Tourismuszukunft kritisch analysiert. Die Berater bescheinigen der Website www.hameln.de sehr attraktiv und modern gestaltet zu sein. Die Programmierung sei in besonderer Weise darauf ausgerichtet, die Inhalte optimal auf dem Smartphone darzustellen.

Lob gab es weiterhin für die Aktualität der Inhalte und die dezent integrierten buchbaren Angebote. Die Nutzer interessieren sich am meisten für den Veranstaltungs-Kalender und die großen Veranstaltungen. Für ausländische Mitbürger und Besucher werden auf hameln.de Kurzinfos in 12 Sprachen angeboten.

Die Zahl der Fans von www.facebook.de/hameln erhöhte sich von 6.030 auf 6.650.
Der online-Newsletter richtet seine Botschaften bedarfsgerecht an diverse Zielgruppen.

Rattenfänger-Freilichtspiel

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.

Musical RATS

15 begeisternde Musical-Shows am Mittwoch sowie einen Sonderauftritt beim Pflasterfest absolvierte das Ensemble in der 19. 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 Rettkowski. Die HMT fungierte auch bei RATS als Co-Finanzier und Veranstalter.

Kommunikation

Kinder-Casting 18.06.18 Dormero Hannover

Pressekonferenz 06.06.1 VGH Hannover

Das Risiko wurde belohnt: „Der Medicus“ war mit 30 fast ausverkauften Shows und knapp 20.000 Besuchern der Höhepunkt des Jahres.

Die enge Kooperation mit Spotlight Musicals aus Fulda und dem Theater Hameln wurde erfolgreich fortgeführt.

Die Spielzeit im Dezember stellt eine exzellente Kombination mit dem Weihnachtsmarkt dar.

Schon die Premierenfeier mit dem großartigen Ensemble, Ehrengästen und Sponsoren setzte neue Maßstäbe; auch weil der Schirmherr Prof. Dr. Madjid Samii zahlreiche illustre Gäste mitbrachte. So konnte man u.a. Scorpions-Sänger Klaus Meine, die Bertelsmann-Chefin Liz Mohn sowie den Sohn des Bestseller-Autoren des „Medicus“, Michael Gordon erleben.

1.500 ausgefüllte Besucherbögen wurden ausgewertet und belegen: „Der Medicus“ hat alle begeistert. „Die Päpstin“ kann kommen.

Sonderzug zum „Medicus“ 17.12.18 (Kooperation der HMT mit DB und BILD)

Musical „Der Medicus“

Premiere

Oberbürgermeister und Schirmherr

Gäste im Theater-Foyer

Die Ehrengäste auf dem roten Teppich

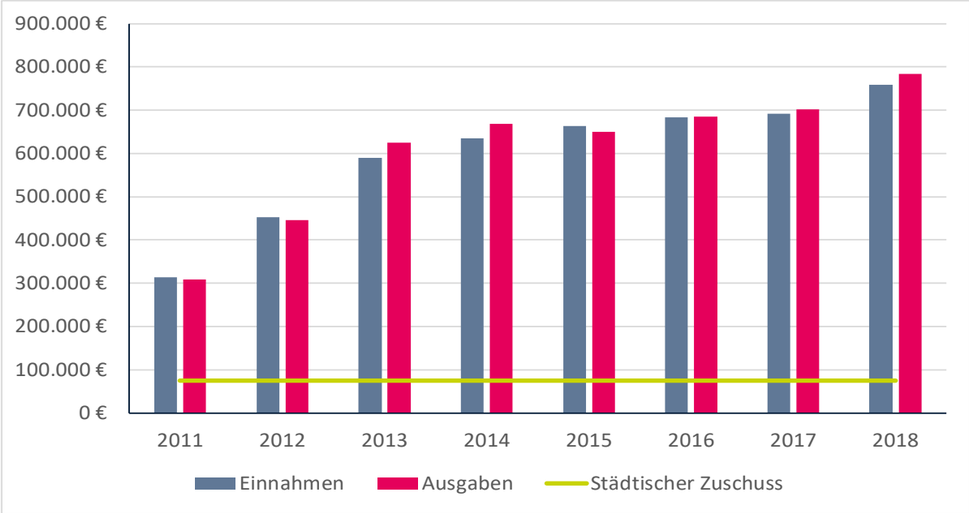
Stehende Ovationen

Volles Haus - nicht nur zur Premiere

Allgemeine Entwicklung

Der Imagewandel in Hameln nimmt 2018 weiter an Fahrt auf. Auch die Veranstaltungen der HMT tragen neben vielen privaten und kommunalen Angeboten dazu bei, dass Hameln besonders im Umland als „lebendige“ Stadt wahrgenommen wird. Mittlerweile kommen zunehmend namhafte Künstler in die Stadt und der Einzugsbereich der Veranstaltungen nimmt stetig zu. Erstmalig konnte in Zusammenarbeit von Stadt, HMT und Betreiber eine Beach Bar am Weserufer installiert werden, die sich großer Beliebtheit erfreut. Auch die Frequenzzahlen in der Innenstadt zeichnen ein positives Bild.
Wie ein Damoklesschwert schweben die Sicherheitskosten bei Veranstaltungen über dieser positiven Entwicklung. Hier liegt auch die zukünftige Herausforderung: Das Niveau trotz stetig steigender Kosten zu halten bzw. noch weiter zu erhöhen.
Im stationären Handel sind innovative Konzepte gefragt. Positiv: Leerstände haben in Hameln meist individuelle Gründe und sind kein Zeichen fehlender Frequenz.

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. Auch für Unternehmen werden sie im Hinblick auf den Fachkräftemangel eine immer bedeutendere Plattform, um auf sich aufmerksam zu machen und mit einem „lebendigen“ Standort in aller Welt zu werben.

Auch die Besucher entwickeln sich vor allem über die sozialen Medien zu Markenbotschaftern, sofern die Erlebnisse positiv bewertet werden. Es gilt, diese Beiträge aktiv zu fördern und zu steuern; eine weitere Aufgabe für ein erfolgreiches Stadtmarketing.

Mystica Hamelon – Anfang März
100.000 Besucher an 3 Tagen | verkaufsoffer 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
4 Wochen | 30.000 Besucher täglich.

Frequenzzählung

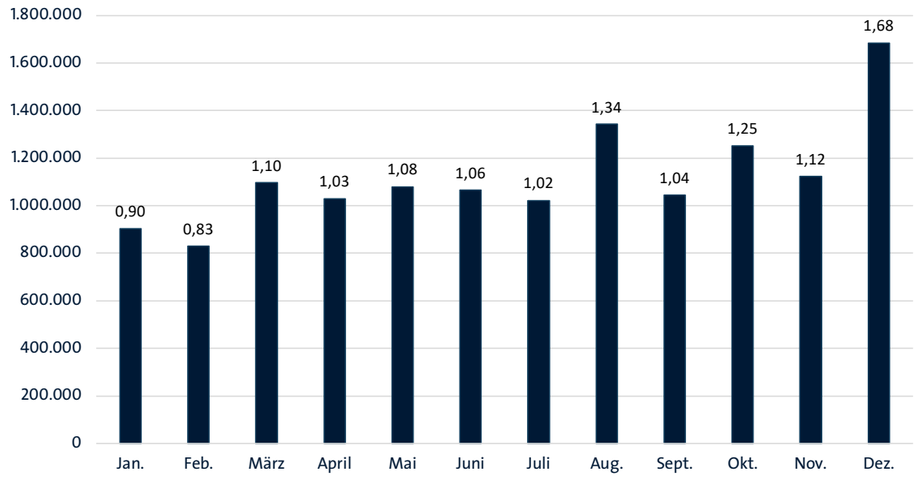
Seit August 2017 sind die Frequenzzähler in Hamelns Haupteinkaufsstraßen aktiv und geben Aufschluss über das Besucheraufkommen und die Laufwege in den verschiedenen Bereichen.

Wer hätte gedacht, dass über die Emmern- und die Ritterstraße mehr Menschen den Weg in die Innenstadt finden, als über die Unterführung an der Rattenfänger-Halle. Über 100.000 Besucher haben wir in der Vergangenheit bei unseren großen Veranstaltungen in der Innenstadt geschätzt - und richtig, selbst der vergleichsweise kleine Herbstmarkt knackt diese Marke.

Frequenzbringer Nummer eins ist und bleibt der Hamelner Weihnachtsmarkt: 30.000 Besucher täglich, ziehen Ende November bis zum 23. Dezember über den Markt und beleben die Einkaufsstadt.

Besonders die A-Lage sticht im Vergleich heraus, die Bäckerstraße weißt an Samstagen regelmäßig über 20.000 Passanten auf und reiht sich damit in die Top 100 der deutschen Einkaufstraßen ein. Wenngleich es häufig an den passenden Objekten fehlt, konnten durch die Frequenzzählung bereits einige Geschäfte und Gastronomen auf die Rattenfängerstadt aufmerksam gemacht und mit wertvollen Daten versorgt werden.

Passantenfrequenz in den Haupteinkaufstraßen 2018* in Millionen



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

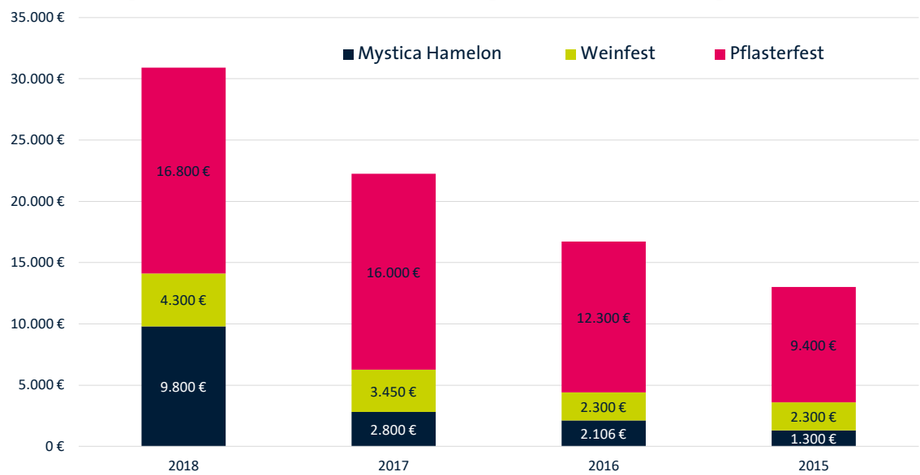
Sicherheit

Die Anforderungen an Sicherheitsmaßnahmen im Rahmen von öffentlichen Großveranstaltungen sind in den letzten Jahren massiv gestiegen. Betonsperren in allen Zufahrtsstraßen, Sicherheitspersonal, Feuerwehr vor Ort, Sanitäter, Polizei und diverse Absperrungen gehören mittlerweile zum Standardrepertoire.

Aufgrund der hohen Besucherzahlen bei Stadtmarketing-Veranstaltungen sind die Anforderungen besonders hoch. Die Sicherheitskonzepte werden im Vorfeld von Feuerwehr, Polizei, DRK, Ordnungsamt, Sicherheitsdienst und HMT erstellt. Die Zusammenarbeit ist sehr konstruktiv und alle Akteure bemühen sich, die Kosten im Rahmen zu halten – dennoch gibt es Vorgaben und Notwendigkeiten, die zwingend eingehalten werden müssen, um die Sicherheit der Besucher bestmöglich zu gewährleisten.

Land auf, Land ab entbrennt seither die Diskussion, wer eigentlich für die Sicherheit verantwortlich ist – der Veranstalter oder die öffentliche Hand?
Ein Ergebnis ist kurzfristig nicht in Sicht.
Alle Stadtmarketing-Veranstaltungen arbeiten ohne Eintritt und sind in ihrer Machart stark auf die Imagewirkung ausgerichtet. Eine Refinanzierung ist nur über Stand- und Sponsorengelder möglich, die bereits weitestgehend ausgeschöpft sind. Weitere Kostentreiber wie zum Beispiel die GEMA verstärken den Druck. Die Gefahr, dass künftig nicht mehr alle Veranstaltungsformate erhalten werden können oder zumindest in ihrer Entwicklung gebremst werden, ist vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung imagebildender Standortfaktoren im Wettbewerb der Städte sehr ernstzunehmen.

Entwicklung der Sicherheitskosten bei den 3 größten Veranstaltungen



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.

Die HMT ist im Regelfall Vermieter, freut sich deshalb abseits der Mieterlöse über starke Frequentierungen durch Besucher. Über 45.000 Gäste kamen zu den diversen Veranstaltungen in der Rattenfänger-Halle; mehr als 19.000 Besucher pilgerten ins WB-Z, das primär Firmen- und weniger offene Veranstaltungen beherbergt. Erfreulich ist, dass es trotz zunehmenden Wettbewerbsdrucks Jahr für Jahr gelingt, fernsehbekannte Entertainer nach Hameln zu locken.
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:
Magic of the Dance, Der große Loriot-Abend, Die drei Fragezeichen - Jugendtheater, Comedy Sascha Grammel, Musical „Tina Turner-Show“, Comedy Atze Schröder, Konzert „Völkerball“, Musical „Falco – Das Musical“, Comedy Chris Tall, Konzert Schottische Musikparade, Autumn Moon Festival, Kabarett Dieter Nuhr, Comedy Caroline Kebekus, Ballett Schwanensee

Sportveranstaltungen:
Rollschuhmärchen „Dschungel-Buch“, Dewezet-Supercup, Video-Clip-Meisterschaft, Public Viewing Fußball WM, Box-Gala

Gesellschaftsveranstaltungen:
Karneval der besonderen Menschen, Ball der Polizei, Sportgala, Privat-Hochzeiten, Oktoberfest, Silvester-Gala

Abschlussbälle der Schulen:
Ernestinum-Gymnasium Rinteln, Otto Hahn Gymnasium, Springe

Messen / Ausstellungen / Tagungen:
Zinzino Tagung/Vortrag, Hunde-Messe, Tattoo-Messe, Ausbildungsmesse, Insektenausstellung

Weserbergland-Zentrum

Tagungen / Kongresse:
Neujahresempfang der Paritäten, Leben mit Parkinson, IHK-Prüfungen, Holocaust-Gedenkstunde, Niedersächsischer Landkreistag, Bildungskonferenz Neuzuwanderung, Hanseraum Konferenz - Wirtschaftsjunioren, Sana-Klinikum Onkologie-Kongress, Generalversammlung Volksbank Wesertal, WGH-Mitgliederversammlung, Kommunen in der Metropolregien, Uni Hildesheim Lehrerfortbildung, Steuerberaterverband Niedersachsen-S.-A., Haas Steuerseminare, Unternehmerforum Sparkasse

Konzerte / Kulturveranstaltungen
Revue der Travestie, Comedian Jogis Eleven, VHS – Vortrag Greogor Gysi, Vortrag Andreas Steiner

Gesellschaftsveranstaltungen:
BörsenNacht der Sparkasse Hameln Weserbergland, Sportlerehrung der Stadt Hameln, Abschlussball KGS Bad Münder, Abschlussball KGS Salzhemmendorf, Abschlußball Hochschule Weserbergland, Betriebsfest Sparkasse Hameln-Weserbergland, AdU Herbstempfang, Rattenfänger-Literaturpreis-Verleihung, Pensionärstreffen E.ON Westfalen Weser, Maskenball, Premierenfeier „Der Medicus“ (s. Bild)

Messen / Ausstellungen:
Hochschulinformationstag, Bau- und Energie-Messe, Messe Gesundheitstag, Hochzeitsmesse

Kooperationen und Mitgliedschaften

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

7 Schlösser im Leine- und Weserbergland

Deutscher Tourismusverband e.V.
Harald Wanger wurde 2017 in den Aufsichtsrat der **DTV Service GmbH** berufen.

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.

Beispiel für eine Bloggerreise entlang der Deutschen Märchenstraße
Carmen Araujo aus Spanien, 19.000 „Gefällt mir“ auf Facebook, 12.700 Instagram-Abonennten, 1900 Follower bei Twitter

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
- **Tomke Meier**, Politikwissenschaftlerin (M.A.) bis November 2018
- **Elke Meyer**, Kauffrau, ab November 2018

Gesellschafterversammlung

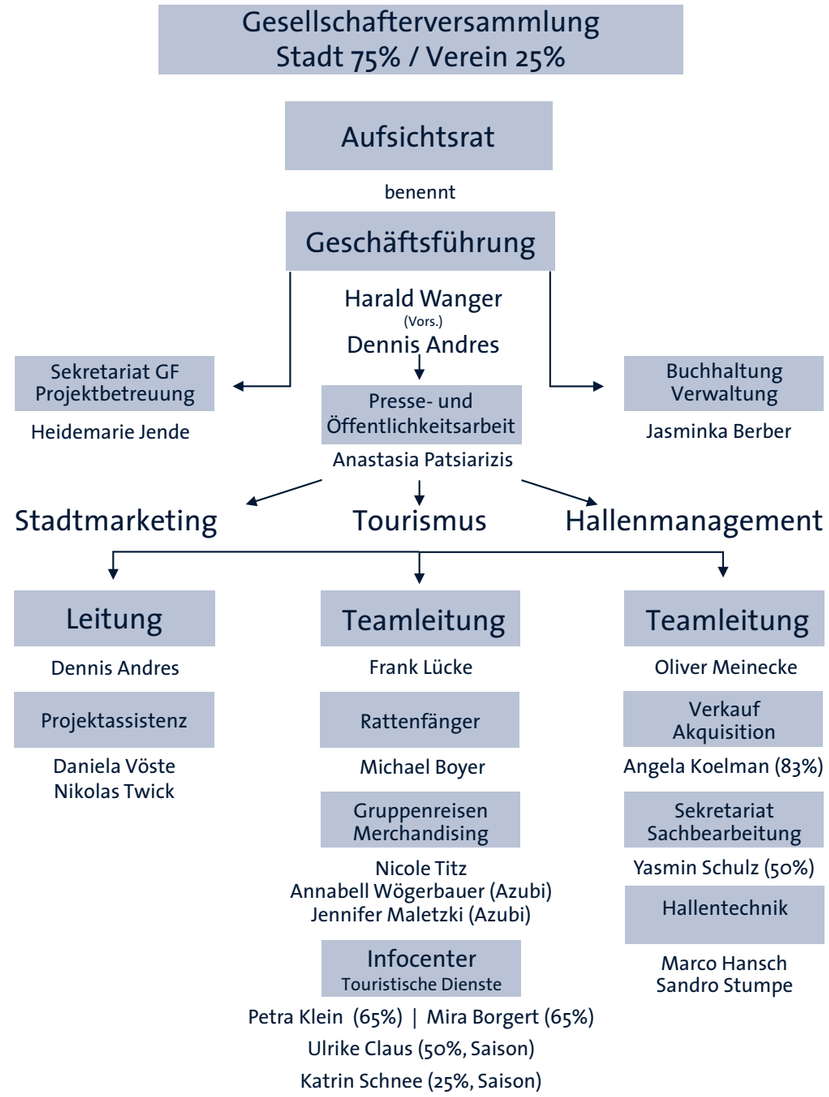
Die Gesellschafterversammlung setzte sich im Berichtsjahr aus gewählten Vertretern des Vorstandes des Stadtmarketing- und Verkehrsvereins Hameln e.V. sowie den folgenden, vom Rat der Stadt Hameln entsandten Vertretern, zusammen:

- **Uwe Kiesling**, Stadt Hameln
  Abteilungsleiter Finanzen bis Mai 2018,
  Andreas Breitkopf ab Juni 2018
- **Gerhard Paschwitz**, Polizeibeamter a.D.
- **Horst Wellner**, Kaufmann
- **Jens Laparose**, Kaufmann
- **Gabriele Güse**, Hotelier
- **Anette Dreisvogt,** Sekretärin
- **Gerd Siepmann**,
  Veranstaltungskaufmann

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

Geschäftsführung: Harald Wanger (Vorsitz) und Dennis Andres

Organigramm der HMT GmbH



Stand: 31.12.2018

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2018

AKTIVA

	31.12.2018 €	31.12.2017 €
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4.510,00	4.490,00
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	579.450,00	657.200,00
2. Technische Anlagen und Maschinen	18.647,00	22.882,00
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	95.716,00	100.382,00
	693.813,00	780.464,00
	698.323,00	784.954,00
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
Fertige Erzeugnisse und Waren	19.273,57	22.123,13
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	625.115,17	80.773,38
2. Forderungen gegen Gesellschafter	210.476,25	314.061,56
3. Sonstige Vermögensgegenstände	22.935,82	818,80
	858.527,24	395.653,74
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	207.261,92	237.674,51
	1.085.062,73	655.451,38
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	121.953,34	7.442,45
	1.905.339,07	1.447.847,83

Jahresabschluss und Prüfbericht

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2018

PASSIVA

	31.12.2018 €	31.12.2017 €
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	150.000,00	150.000,00
II. Gewinnvortrag	9.823,94	3.654,47
III. Jahresüberschuss	34.690,82	6.169,47
	194.514,76	159.823,94
B. RÜCKSTELLUNGEN		
1. Steuerrückstellungen	4.100,00	0,00
2. Sonstige Rückstellungen	179.300,00	142.200,00
	183.400,00	142.200,00
C. VERBINDLICHKEITEN		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	920.999,18	992.405,61
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	528.225,40	69.439,79
3. Sonstige Verbindlichkeiten	33.653,45	50.557,15
	1.482.878,03	1.112.402,55
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	44.546,28	33.421,34
	1.905.339,07	1.447.847,83

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2018

	2018 €	2017 €
1. Umsatzerlöse	2.668.425,06	1.774.445,07
2. Erträge aus Zuschüssen	885.407,95	832.427,50
3. Sonstige betriebliche Erträge	13.198,92	4.120,75
4. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	84.632,97	77.324,75
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	2.008.841,72	1.221.402,19
	2.093.474,69	1.298.726,94
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	804.292,56	711.421,02
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	163.706,69	156.055,79
	967.999,25	867.476,81
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	108.733,27	105.337,89
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	337.962,39	311.692,73
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,38	0,48
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	20.071,79	21.595,07
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	4.100,10	-5,11
11. Jahresüberschuss	34.690,82	6.169,47

Jahresabschluss und Prüfbericht

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

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN			
	1. Jan. 2018	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2018	1. Jan. 2018	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2018
	€	€	€	€	€	€	€	€
I. IMMATERIELLE VERMÖGENS-GEGENSTÄNDE								
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	42.759,58	3.033,00	0,00	45.792,58	38.269,58	3.013,00	0,00	41.282,58
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	1.348.223,59	77.750,00	0,00	1.425.973,59
2. Technische Anlagen und Maschinen	182.825,46	1.216,81	0,00	184.042,27	159.943,46	5.451,81	0,00	165.395,27
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	544.506,98	17.852,46	1.614,09	560.745,35	444.124,98	22.518,46	1.614,09	465.029,35
	2.732.756,03	19.069,27	1.614,09	2.750.211,21	1.952.292,03	105.720,27	1.614,09	2.056.398,21
GESAMT:	2.775.515,61	22.102,27	1.614,09	2.796.003,79	1.990.561,61	108.733,27	1.614,09	2.097.680,79

Prüfungsvermerk

Das Rechnungsprüfungsamt der Stadt Hameln hat im Auftrag der Gesellschaft den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2018, den Lagebericht und die Buchhaltung geprüft. Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung wird hiemit 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, 13. Mai 2019
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:

Sparkasse Hameln-Weserbergland

Volksbank Hameln-Stadthagen
DIE BANK MIT DER GROSSEN KUNDENNÄHE.

DEWEZET

STADTWERKE HAMELN

fair versichert VGH

STICHER STEUERBERATER

Lenze

hwg Seit 1890 Hier wohnt Hameln

R&G ŠKODA

STADT-GALERIE Erstklassig shoppen in Hameln

Impressum: Herausgeber/Gestaltung/Fotos: Hameln Marketing und Tourismus GmbH
Satz und Gestaltung: Heidemarie Jende / Jonas J. Schmidt | Druck Albert Matzow GmbH | Mai 2019