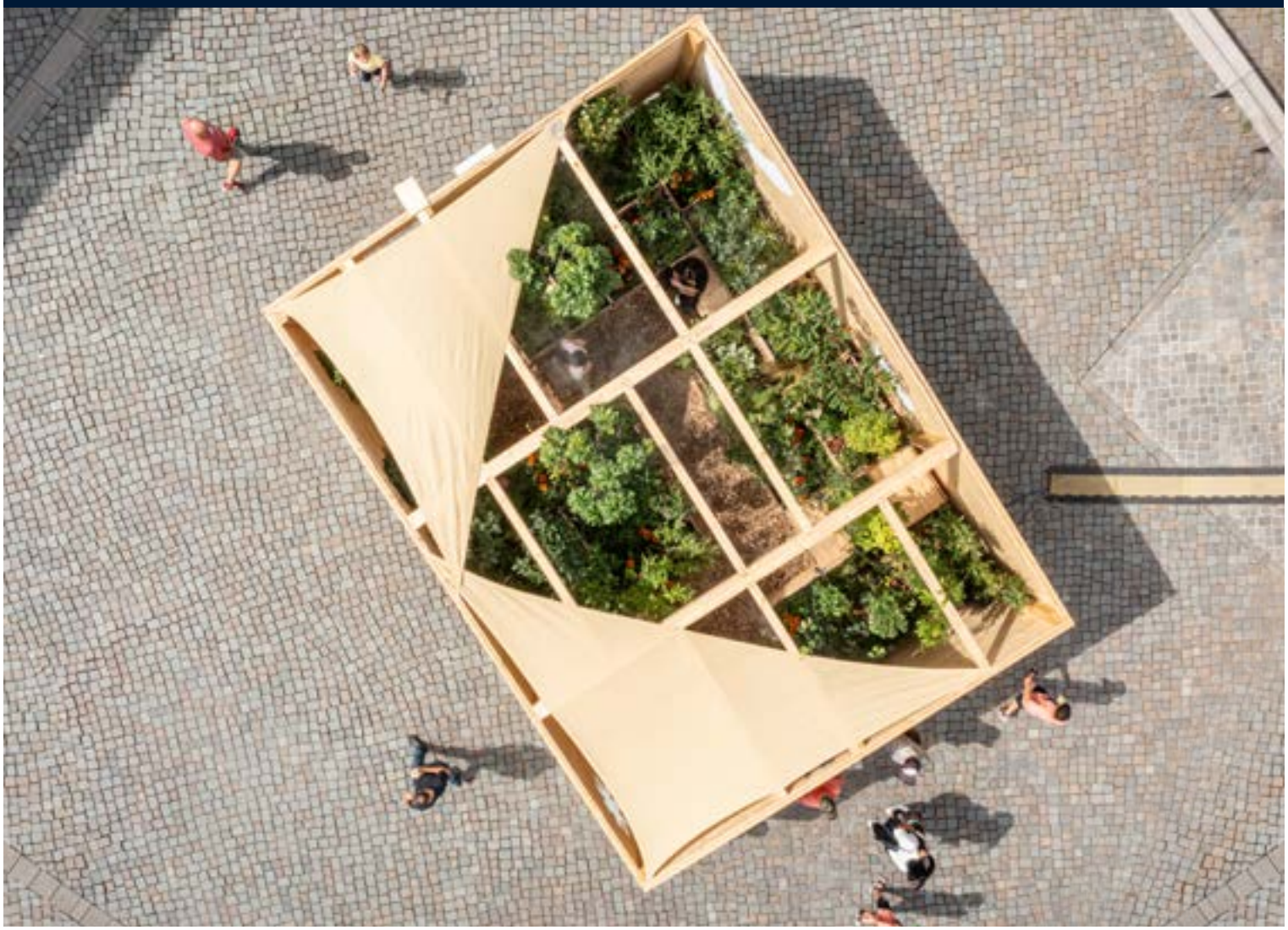
Rattenfängerstadt
Hameln

Geschäftsbericht 2023

Hameln Marketing und Tourismus GmbH

www.hameln.de



Inhaltsverzeichnis

4 Vorwort
5 Allgemeine Entwicklung

Tourismus

6 Übernachtungen
7 Touristische Dienstleistungen
7 Stadtführungen
8 Public Relations
8 Horror-Serie Hameln
9 Rattenfänger-Freilichtspiel
9 Musical RATS

Musical

10 Musical „Robin Hood“
11 MusicalWinter Hameln

Stadtmarketing

12 Rückblick
13 Ausblick
14 - 15 Hameln - Komm wie Du bist

Titelbild: Die Klimakiste: Ein kühler Schutzraum bei Hitze.

Inhaltsverzeichnis

Hallenmanagement

16 Rattenfänger-Halle
17 Weserbergland-Zentrum

Struktur

18 Digitale Transformation
19 Kooperationen und Mitgliedschaften
20 Organe der Gesellschaft
21 Organisationsstruktur

Jahresabschluss und Prüfbericht

22 - 23 Bilanz
24 Gewinn- und Verlustrechnung
25 Anlagevermögen
26 Prüfungsvermerk
27 Impressum

Vorwort

Das Geschäftsjahr ist geprägt durch starke Erholungseffekte in einem nicht einfachen gesamtwirtschaftlichen Umfeld. Mit über 270.000 Gästeübernachtungen hat Hameln einen neuen Höchststand erreicht, der sogar noch das Rekordjahr 2019 übertrifft.
Auch die HMT blickt in ihren Geschäftsfeldern auf ein erfolgreiches Jahr 2023 zurück. Das Geschäftsvolumen lag erneut über 4 Mio. Euro, bemerkenswert angesichts eines nach wie vor reduzierten Personalstamms.
Im Stadtmarketing wurden erstmalig wieder alle Veranstaltungsformate durchgeführt: Von der Mystica Hamelon bis zum Herbst- und Weihnachtsmarkt waren sie sämtlich Besuchermagnete. Das Weinfest war ein voller Erfolg bei verpflichtendem Eintritt, das Pflasterfest gleichfalls, wenngleich der freiwillige Eintritt noch Wünsche offen ließ.
Die Rückkehr der Menschen in die Innenstädte – das ist das große Thema nach der Pandemie und vor den Hitzewellen. Das Thema wurde eindringlich und sehr medienwirksam durch die „Klimakiste“ besetzt.
Im touristischen Segment boten „RATS“ und „Rattenfänger-Freilichtspiele“ wieder sympathische Begegnungen mit dem berühmten Pfeifer.
Die Zahlen bei Stadtführungen und Pauschalreisen stiegen auch wieder an, wenngleich sie noch unter den Marktveränderungen leiden.
Der Wandel weg vom Gruppen- und Bustourismus hin zum Individualtourismus macht strategische Veränderungen notwendig. Das neue „Kulturtouristische Gesamtkonzept“ ist für die HMT, aber auch alle Player der Stadtgesellschaft eine solide Arbeitsgrundlage.
Das Hallengeschäft war noch beeinträchtigt durch die Baumaßnahmen im Weserbergland-Zentrum.
Hingegen zog das Vermietgeschäft der Rattenfänger-Halle stark an.
Mit „Robin Hood“ Part II setzte der „Musical-Winter“ wieder einen schönen Abschluss an ein Geschäftsjahr 2023, das für die HMT und Hameln insgesamt einen deutlichen Aufwärtstrend nach schwierigen Corona-Jahren brachte.
Vielen Dank für die großartige Zusammenarbeit an unsere MitarbeiterInnen und GremienvertreterInnen sowie alle Sponsoren, Geschäftspartner und Unterstützer!

Lars Kocea
Aufsichtsratsvorsitzender

Harald Wanger
Geschäftsführer (Vors.)

Dennis Andres
Geschäftsführer

Allgemeine Entwicklung

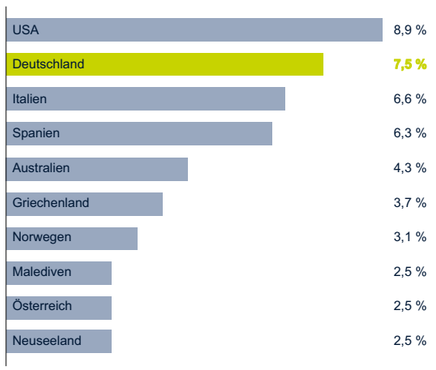
Für den Deutschlandtourismus war das Jahr 2023 erfolgreich. Unser Land verbuchte 2023 mit fast 490 Millionen Übernachtungen das zweitbeste Ergebnis seiner Geschichte. Alle Bundesländer haben zuletzt deutlich zugelegt. Und Deutschland ist nach den USA sogar das „Traumreiseziel“ der Deutschen (s. Charts unten).

DTV-Präsident Reinhard Meyer kommentiert die vom Deutschen Tourismusverband veröffentlichten „Zahlen – Daten – Fakten 2023“ wie folgt: “ Die Bilanz kann sich sehen lassen und es freut mich sehr, wie gut und schnell sich der Deutschlandtourismus nach den Pandemie-Jahren erholt hat. Aber was genau steckt hinter den Erfolgszahlen? Und wie sehen die Entwicklungen im Einzelnen aus? Die Welt des Tourismus besteht jedoch nicht nur aus Zahlen. Tourismus bedeutet Erholung, Gesundheit, Kulinarik und steht vor allem für friedliche Begegnungen von Menschen, ganz gleich, woher sie kommen. Zum Tourismus gehören grundlegende demokratische Werte wie Weltoffenheit, Toleranz und Vielfalt dazu. Der Deutschlandtourismus lebt diese Werte und zeigt eine klare Haltung. Mit diesem Anspruch werden wir auch weiterhin die Zukunft mitgestalten.“

- Deutschland bleibt mit 22 % Reiseziel Nr. 1 der Deutschen, vor Spanien, Italien und der Türkei und Kroatien.
- Die Auslandsreisen ziehen mit 50,7 Mio. weiterhin stärker an als die Inlandsreisen (14,3 Mio.; ab 5 Tagen Dauer)
- Aber: Rund ¾ der Kurzurlaubsreisen bleiben im Inland! (1. bis 3. Kurzurlaubsreise von 2 – 4 Tagen)
- Besuch von Sehenswürdigkeiten, Aufenthalt in der Natur, Spazierengehen und typische Speisen/Getränke genießen sind die Top-Aktivitäten bei den Urlaubsreisen.

Hätten Sie das gedacht?

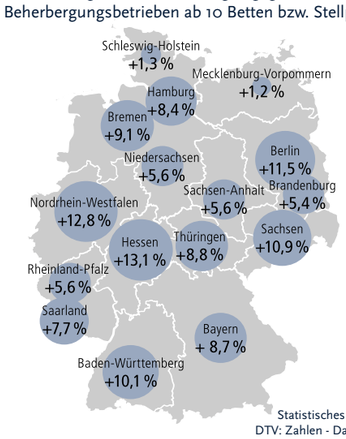
Deutschland auf Platz 2 unter den Traumreisezielen der Deutschen*



DI Tourismusforschung 2024: Die Traumreiseziele der Deutschen
DTV: Zahlen - Daten - Fakten 2024

Alle Bundesländer im Plus

Veränderung der Übernachtungen gegenüber 2022 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen



Statistisches Bundesamt 2024
DTV: Zahlen - Daten - Fakten 2024

Übernachtungen

Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Anzahl der Übernachtungen um 34,1 % auf 271.158 (Betriebe über 10 Betten).
Die Zahl der Ankünfte stieg um 18,8 % auf 129.551.

Noch aussagekräftiger ist der Vergleich zum bisherigen Rekordjahr 2019. Hier stieg die Zahl der Übernachtungen um 23,4 % und die der Ankünfte um 7,8 %.

Ein Großteil des Übernachtungsplus konnte im Sommerhalbjahr (Mai bis Oktober) realisiert werden. Hier betrug das Plus im Vergleich zum Vorjahr 50.665 Übernachtungen.

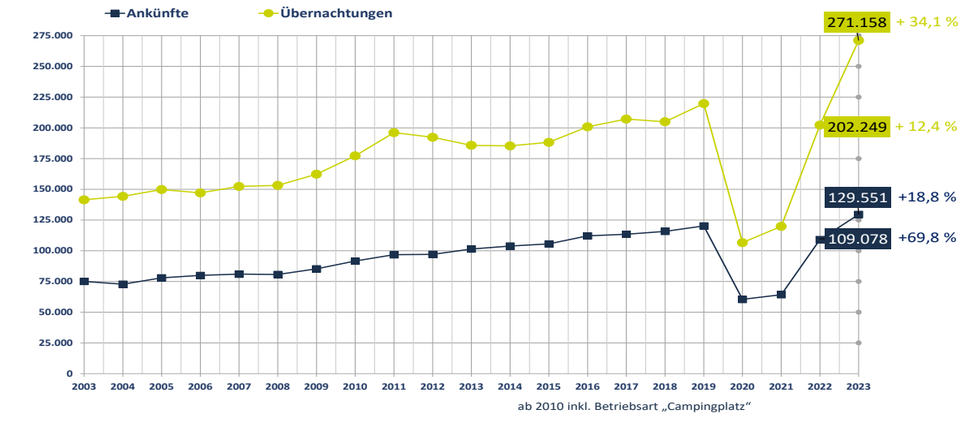
Auch im Winterhalbjahr stiegen die Übernachtungszahlen um 18.244.

Die wichtigsten ausländischen Quellmärkte waren die Niederlande, Polen, das Vereinigte Königreich, Schweden, die Schweiz, Belgien, Dänemark, Österreich und Italien.
Der Anteil ausländischer Gäste betrug 2023 lediglich 10 %, vor Corona waren es mindestens 15 %.

Die offiziellen Zahlen des statistischen Landesamts enthalten keine Übernachtungen in Privatquartieren (bis 10 Betten) und Ferienwohnungen/-häusern.

Die Studie des dwif von 2019/2020 zeigt jedoch, dass sich gerade diese Unterkunftsart mit über 200.000 Gästeübernachtungen pro Jahr in Hameln sehr dynamisch entwickelt hat.

Übernachtungen

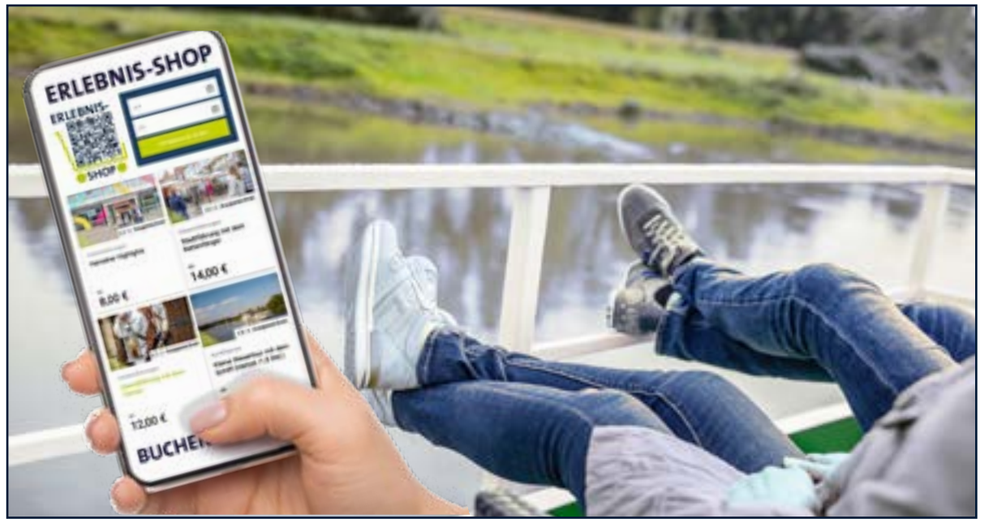


Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen. Diese offiziellen Zahlen erfassen nur Betriebe mit mindestens 10 Betten. (LSKN)

Touristische Dienstleistungen | Stadtführungen

Im Vergleich zum Jahr 2022 konnte das Stadtführungs-Segment im Berichtsjahr auf 2.140 Führungen mit 36.658 Teilnehmern verbessert werden, was einer Steigerung von 15% entspricht.
Trotzdem liegt dieser Geschäftsbereich noch immer rund 30% unter dem Niveau von 2019.
Ein Aufwärtstrend ist jedoch spürbar, da Schulklassen, Betriebs- und Vereinsausflüge wieder vermehrt nach Hameln kommen.
In Zusammenarbeit mit dem städtischen Forstamt wurde die Vermarktung von Waldführungen intensiviert.
Insgesamt ist das Reiseverhalten heutzutage individueller, kurzfristiger und digitaler. Entsprechend werden die meisten Buchungen für öffentliche Führungen über den Online-Erlebnis-Shop getätigt. Im Berichtsjahr wurden insgesamt 1.118 Buchungen mit 4.275 Teilnehmern über den Shop abgewickelt. Die am häufigsten gebuchten Führungen waren die „Führung mit dem Rattenfänger“ (444 / 1.363), die Führung „Hamelner Highlights“ (381 / 1.481) sowie die „Abendführung mit dem Türmer“ (148 / 499). Auch die Angebote der Flotte Weser waren beliebt (93 / 345).
Der Bruttoumsatz im Online-Shop betrug insgesamt ca. 46 T€.
Im Berichtsjahr konnten Gruppenangebote und Pauschalreisen um immerhin 25% zulegen, wodurch der Bruttoumsatz von ca. 80 auf 100 T€ stieg. Allerdings liegen die Zahlen immer noch deutlich unter denen von 2019.

Angesichts gestiegener Reiseerfahrung der Kunden und kompletter Preis- und Buchungstransparenz im Internet wird die klassische Pauschalreise zum Nischenprodukt, was auch für das Gruppen- und Busreisegeschäft gilt.



Public Relations

In der „Welt am Sonntag“ erschien am 29.10.23 ein großer Bericht über Hameln. Auf einer 2/3 Seite gab der Journalist die Erlebnisse seiner dreitägigen Recherche-Reise, die von der HMT betreut wurde, aus dem Frühjahr 2023 wieder. Die in Hameln geborene Reisejournalistin Sabine Pinger besuchte vom 15.-19. Oktober 2023 Hameln und die „7 Schlösser“. Ihr ganzseitiger Reisebericht erschien im Frühjahr 2024 in gut 40 Ausgaben der Ippen-Gruppe. Zu den bekanntesten Zeitungen gehören dabei der Münchner Merkur, die Frankfurter Rundschau und der Westfälische Anzeiger. Weiterhin führten zwei Studienreisen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) im im Juni 2023 internationale Journalisten (s. Foto) nach Hameln. Neben dem Rattenfänger stand das Thema „Nachhaltigkeit in Tourismus und Stadtentwicklung“ im Mittelpunkt des Interesses.

Horror-Serie-Hameln

Hameln - die Rückkehr des Rattenfängers

Die Stadt, die für ihre Rattenfängersage bekannt ist, wird zum Drehort einer sechsteiligen Horrorserie.
Die Real Film Berlin GmbH produziert die Serie in Zusammenarbeit mit ZDFneo nach einer Idee von Regisseur Rainer Matsutani.
Die Nordmedia Filmförderung unterstützt das Projekt.
In den Hauptrollen sind Caroline Hartig, Jonathan Elias Weiske, Riccardo Campione, Constantin Keller, Pia Amofa-Antwi, Veronica Ferres und Florence Kasumba zu sehen. Die Ausstrahlung ist für Anfang 2025 geplant.

Die HMT hat zusammen mit der Stadt Hameln bei der Organisation der Dreharbeiten unterstützt, u. a. bei der Suche nach Drehorten und Hotels. Auch Straßensperrungen ließen sich nicht immer vermeiden.

Rattenfänger-Freilichtspiel

Die rund 50 ehrenamtlichen Darsteller der Rattenfänger-Gruppe im Alter von 4 bis 82 Jahren haben bei 19 Aufführungen auf der Hochzeitshaus-Terrasse erneut für zahlreiche Gänsehautmomente im Publikum gesorgt.
Das Theaterstück handelt von Wortbruch und fürchterlicher Rache und ist für viele Besucher, insbesondere für diejenigen, die von weit her angereist sind, die wichtigste Attraktion Hamelns und somit der Auslöser für eine Reise an die Weser.

Auch erfreulich: Die Spielleiter Christian Fölsch und Michael Bräunig konnten in diesem Jahr viele neue Kinder und Erwachsene als Mitspieler gewinnen.

Gastspieler reisten eigens aus Bayern, den Niederlanden und Schweden an.

Musical RATS

Das beliebte Musical unter der bewährten Leitung von Anke Rettkowski sorgte bei 15 umjubelten Aufführungen erneut für eine beeindruckende Altstadt-Atmosphäre, die nur Hameln zu bieten hat.

Im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Besucher konnte Hameln mit „RATS“ und dem Rattenfänger-Freilichtspiel wieder attraktive Anreize bieten und viele Sympathie-Punkte sammeln.

Die Hauptsponsoren Stadtwerke Hameln Weserbergland und Sparkasse Hameln-Weserbergland sowie der Förderverein Musicals Weserbergland und die weiteren Unterstützer freuten sich über den ungebrochenen Zuspruch des Publikums und den Beitrag für eine lebens- und besuchenswerte Stadt.

Musical „Robin Hood“

Die Spielzeit 2023 mit 24 Shows knüpfte nahtlos an den großen Erfolg des Vorjahres an.

Sabrina Weckerlin brillierte in der Hauptrolle als Lady Marian und Philipp Büttner als Titelheld.

Über 13.500 Zuschauer feierten das gesamte Ensemble und Chris de Burgh bei seinem erneuten Besuch.

Bei den Besucher-Bewertungen für „Robin Hood“ erhielt die Aufführung erneut die Durchschnittsnote von 1,3 bzw. 4,8 (von max. 5) auf der Vertriebsplattform von Eventim.

Corona war endgültig Vergangenheit.

Die Auslastung betrug zwar „nur“ 81 %, was hinter den Vor-Corona-Jahren zurückbleibt. Jedoch blieb die befürchtete Kaufzurückhaltung der Kunden aufgrund von Inflation und Preissteigerungen aus. Vergleiche mit anderen Produktionen und Standorten fallen hier günstig aus.

Die Shows wurden begleitet von Spendensammlungen für den Kinderschutzbund Hameln und den Verein „Die Brücke“.
Wir bedanken uns herzlich für die großzügigen Spenden in Höhe von insgesamt über 20.000 Euro.

Imagegewinn und Standortfaktor

Über 800 Bewertungskarten der Theaterbesucher sprechen eine eindeutige Sprache: Rund ¾ aller Gäste kamen von außerhalb des Landkreises Hameln-Pyrmont.

Knapp 20 % waren Übernachtungsgäste, die durchschnittlich 2 Nächte blieben.
Zusammen mit den Unterbringungen des Spotlight-Ensembles sorgten sie für zusätzliche rund 7.000 Übernachtungen in Hameln.
(Foto: booking.com)

Der Imageeffekt ist ebenfalls enorm.

Der Anteil von fast 28 % aus NRW und knapp 20 % aus dem Großraum Hannover zeigen, dass der MusicalWinter Hameln Fahrt aufgenommen hat und nach über 10 Jahren einen hohen Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad besitzt.

Die Kombination aus Musical und Weihnachtsmarkt ist ein Alleinstellungsmerkmal. Die Musical-Spielzeiten werden von der HMT mit einem Etat von ca. 85 T€ netto vermarktet.

Die Zusammenarbeit mit Spotlight Musicals und dem Theater Hameln soll weiter intensiviert werden.

Das sogenannte „Magische Dreieck“ ist Basis des Erfolges seit 2012 mit der ersten Produktion der „Päpstin“.

Auch das Umfeld an Sponsoren, Medienpartnern und Unterstützern soll gestärkt werden, um dem wachsenden Wettbewerb erfolgreich zu begegnen.

Rückblick

Im Jahr 2023 fanden nicht nur alle Veranstaltungen wieder statt, es gab auch einige Neuerungen. Die größte Herausforderung waren die Kostensteigerungen im Veranstaltungsbereich. Dabei stand vor allem die Frage im Raum, ob wir beliebte Formate weiterführen können. Zwei Events standen zur Disposition: Das kostenintensive Pflasterfest und die Mystica Hamelon. Letztendlich entschieden wir uns, das Wagnis einzugehen und dabei zu versuchen, das Portfolio zukunftsfähig zu gestalten. Zusätzlich erweiterten wir die Sommeraktion „Hameln. Komm, wie Du bist.“ im Rahmen des Förderprojekts „Zukunftsräume“ um „Das heißeste Thema der Stadt“.
Die Veranstaltungsliste für 2023 umfasste:
1. Mystica Hamelon | 2. „Das heißeste Thema der Stadt“ | 3. Weinfest | 4. Pflasterfest
5. Herbstmarkt | 6. Weihnachtsmarkt

Finanziell stemmten wir diese Großveranstaltungen und die dreimonatige Sommeraktion durch eine Kombination aus Einsparmaßnahmen, Fördergeldern und Sponsorenbeiträgen. Besonders erfolgreich war die erstmalige Einführung eines verbindlichen Eintritts beim Weinfest. Hingegen erwies sich der Versuch, beim Pflasterfest freiwillige Unterstützung zu erhalten, als weniger effektiv.
Nach langer Pause konnten die Veranstaltungen teilweise noch hochwertiger und erfolgreicher als zuvor umgesetzt werden. Lediglich das Pflasterfest erreichte noch nicht das Vor-Corona-Niveau.
Besonders positiv entwickelte sich der Weihnachtsmarkt, der im zweiten Jahr unter unserer Verantwortung deutlich an Atmosphäre und Erlebnischarakter gewonnen hat.

Ausblick

Das bunte Aktionsportfolie der HMT zeigt immer wieder, wie wichtig derartige Anlässe für die Bewohner und Besucher sind. Gerade die Innenstadt braucht interessante Orte und Anlässe für Begegnungen: Ein wichtiger Beitrag für das Gemeinschaftsgefühl der Stadtgesellschaft. Diesen Raum als innovativen Ort mit hohem Freizeitwert und Aufenthaltsqualität neu zu interpretieren, ist vor dem Hintergrund sozialer Bruchkannten, Klimawandel, Digitalisierung und Individualisierung eine große Herausforderung.
Der Erfolg ist entscheidend für Hamelns Wahrnehmung als attraktiver Standort.
Dauerhafte Inszenierungen wie „Hameln. Komm, wie Du bist.“ und der Weihnachtsmarkt tragen dazu bei, dass Besucherfrequenzen über einen längeren Zeitraum das Vor-Corona-Niveau erreichen – während sie in der übrigen Zeit noch etwa 15 % darunter liegen. Diese Angebote auch künftig anzubieten und noch zu erweitern ist eine Notwendigkeit. Fördergelder, vor allem zur Klimaanpassung, bieten Chancen, letztlich muss jedoch sichergestellt werden, dass wir die Innenstadt auch ohne Förderkulisse in Szene setzen können.
Bleibt die Unterstützung der Stadt für das Stadtmarketing auf dem erhöhten Niveau und gelingt es gleichzeitig die Refinanzierung der Feste weiter zu verbessern, kann das Vorhaben gelingen, wenngleich dauerhafte städtebauliche Maßnahmen zur Umgestaltung der Innenstadt parallel angegangen werden müssen.
Ziel ist es 2024 wieder ein ausgeglichenes Ergebnis im Stadtmarketing zu erzielen, ohne Leistungen einzubüßen.

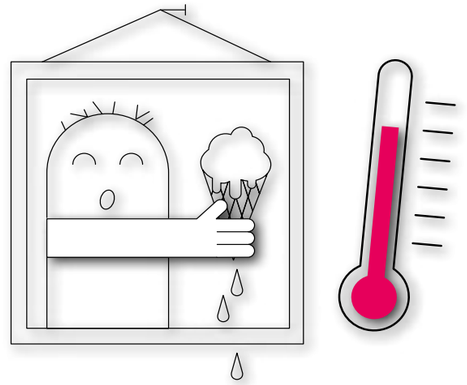
hameln
komm
wie du
bist

präsentiert:

KLIMA KISTE

Das heißeste Thema der Stadt

Was wäre, wenn Du im scheinbar Bekannten das überraschend Neue entdeckst?
Hameln lädt Dich ein.

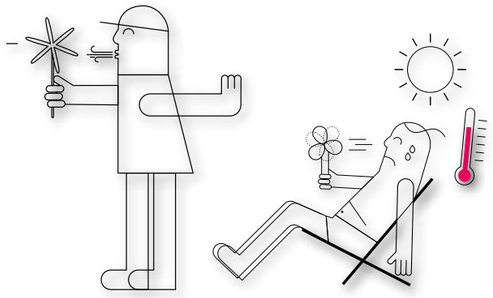


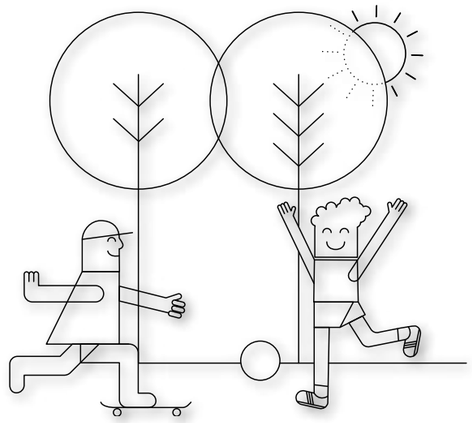
Die Klimakiste – das heißeste Thema der Stadt.
Sinkende Frequenzen an heißen Tagen? Hameln sucht im Sommer 2023 Antworten mit der „Klimalieferung".
Plötzlich steht am heißesten Ort der Innenstadt eine begehbare Paketbox mit Tools und Informationen rund um die Hitzeresilienz.
Wie schön wäre dieser versiegelte Ort, wenn Wasser, Pflanzen, Luft und Schatten ihre Wirkung entfalten: Die Klimakiste macht den Unterschied erlebbar. Bis zu 12 Grad Abkühlung, werden durch Verdunstungskälte und Sprühnebel erzielt. Als würde man – mitten in der Innenstadt – den Wald betreten. Ein sicherer kühler Schutzraum bei Hitze.

Teil der Klimalieferung sind außerdem ein Wasserspender, ein Wasserspielplatz, Stadtgrün, Gartenpartys und Vorträge.

Was wünschen Sie sich, um die Innenstadt an heißen Tagen angenehmer zu gestalten?
Die Umfragen mittels QR-Codes liefern Antworten.
Gleichzeitig werden viele Informationen bei den Besuchern platziert, um ein Bewusstsein für Klimaanpassung zu schaffen.

Die Klimakiste wird umrahmt, von einer bunten Erlebniswelt (Hameln. Komm, wie Du bist.), mit Spielgeräten, Stadtmöbeln, Solarladestationen, Programm und vielem mehr.
So wird sichergestellt, dass das Thema niedrigschwellig und mit einer gewissen Leichtigkeit transportiert wird.





Das Projekt zeigt, dass Erlebnis-Charakter, Aufenthaltsqualität und Klimaresilienz – zusammengedacht – große Chancen für unsere Innenstädte bieten.

Weitere Projekte zur Klimaanpassung folgen, die Klimakiste dient dabei als innovativer Aufhänger und Kontaktpunkt zur Stadtgesellschaft.

Neben RTL, Sat1 und NDR berichtet die Tagesschau zur Prime Time. Das Interesse anderer Städte ist groß.

Vorträge in München, Hannover, Oldenburg und zahlreiche Online-Konferenzen verdeutlichen den Bedarf an Konzepten zur Klimaanpassung in unseren Städten.

Wiebke Osigus, Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten und Regionale Entwicklung, bei der Eröffnung der Klimakiste

Rattenfänger-Halle

Das Jahr 2023 entwickelte sich in der Rattenfänger-Halle zum bisher zweitbesten Jahr.
Hierzu trug auch die notwendige Verlagerung von Veranstaltungen bei, die eigentlich für das Weserbergland-Zentrum geplant waren. Dass nicht alle verlegt werden konnten, lag auch an der eingeschränkten Verfügbarkeit in der Woche.

Im Bereich Comedy konnten bekannte Künstler wie Atze Schröder, Sträter, Paul Panzer oder Bernd Stelter (Verlagerung WBZ) begrüßt werden.
Bei den Shows gab es mit Tina Turner, Abba, Bee Gees, Eiskönigin einige Musical-Adaptionen. Im Konzertbereich war Max Raabe ein Highlight. Daneben spielten Völkerball – Ramstein-Cover, Schottische Musikparade und Bibi und Tina im Konzert.

Mit dem Rollschuhlaufmärchen, der Turngala und dem Zirkusprojekt Bikonelli hielten Sport und Akrobatik-Events Einzug in die Halle.
Im Tagung-Business-Segment wichen verschiedene Veranstalter in die Halle vom WBZ aus; so die Volksbank-Vertreterversammlung, Betriebsversammlung der Sparkasse und kleinere Seminare/Tagungen.
Kreis- und Ratssitzungen fanden neben dem SPD-Bezirksparteitag, Treffen der Marinekameraden Deutschland, Firmenevent von Gala-Bau etc. statt.
An Festveranstaltungen konnte der Polizeiball, der Ball der HSW und das Oktoberfest durchgeführt werden.Erstmalig nach einigen Jahren fand eine Tattoo-Messe statt. Gute Akzeptanz fand auch die Ausbildungsmesse.

Weserbergland-Zentrum

Die Brandschutzsanierung im WB-Z sollte bis Oktober 2023 abgeschlossen sein.
Zunächst war als neuer Fertigstellungstermin der 01.12.2023 genannt.
Durch einen zusätzlichen Schaden am Flachdach konnte auch dieser nicht eingehalten werden und eine weitere Schließung bis Sommer 2024 blieb unumgänglich.

Bereits gebuchte Veranstaltungen mussten verlegt werden oder ganz abgesagt bzw. verschoben werden.

Auch die zum MusicalWinter Hameln geplante Premierenfeier konnte nicht im Weserbergland-Zentrum stattfinden.

Als Ausweichtermin konnte der Kunstkreis Hameln als Veranstaltungslocation dienen.
Die Teilnehmerzahl musste auf die Raumgröße des Kunstkreises abgestimmt werden.

Die Premierenfeier war wieder ein großer Erfolg.

Infolge von Ergänzungsbeschaffungen in Bestuhlung und Tische sowie in eine neue Küche wird sich das WB-Z nach Wiedereröffnung attraktiver präsentieren.

Digitale Transformation

Dank des Förderprogramms „Perspektive Innenstadt“ erarbeitete die HMT auch ein Konzept zur digitalen Transformation.

Unter der Leitung des DWIF wurde zunächst der Status Quo analysiert, eine Handlungsstrategie für die „ideale digitale HMT“ entwickelt und mit konkreten Handlungsfeldern versehen.
Dabei geht es nicht nur um die Intensivierung von Online-Marketingmaßnahmen und die Auswahl geeigneter Software-Tools.
Der Weg zu einem digitalen und agilen Unternehmen erfordert idealerweise auch eine Überprüfung des Leitbildes und der Unternehmensziele.
Wo möchte die HMT hin?
Als übergeordnetes Ziel für die HMT wurde formuliert:
„Klare Strukturen, Leitlinien und digitale Prozesse zur Steigerung des Wirkungsgrades nach innen und außen.“ Dadurch können zukünftig Prozessoptimierungen entlang der Customer Journey erreicht werden (s.u.)

Das DWIF empfiehlt der HMT weiterhin, ein gemeinsam erarbeitetes, zukunftsgerichtetes Unternehmensleitbild zu entwickeln.
Hier wäre auch herauszuarbeiten, wie und wo Digitalisierung auf dem Weg der Zielerreichung helfen soll.
Die Unternehmenspurpose, also der „gemeinsame Antrieb“ sollte konkret in Worte gefasst werden.
Dieser Prozess wurde zu Beginn des Jahres 2024 begonnen.

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. (Bild r.u. gemeinsam mit Werner Schlösser und Tobias Woitendorf)

Der Weserbergland Tourismus e. V. betreibt das touristische Dachmarketing für das Weserbergland. Hermann Aden und jetzt Martina Harms vertreten die Stadt Hameln im Vorstand des WT.

Die „Deutsche Märchenstraße“ vermarktet die Ferienroute von Hanau bis Bremen. Der HMT-Geschäftsführer ist Vorstandsmitglied. (Bild l.u. Verabschiedung von Brigitte Buchholz-Blödow)

Kooperation **„7 Schlösser im Weserbergland“** mit den Schlössern Bückeburg, Hämelschenburg, Fürstenberg, Bad Pyrmont, Corvey, Bevern und 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.

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.

aboutcities: Ab Januar 2024 wird die HMT Mitglied in der niedersächsischen Städtekooperation. 20 Städte kommunizieren gemeinsam und digital über Social Media Werbung, Reiseblogs u.a. Hinzu kommt ein gemeinsames Förderprojekt in Sachen Nachhaltigkeit im Tourismus.

Organe der Gesellschaft

Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat haben im Geschäftsjahr angehört:

- **Lars Kocea**, Vertriebskoordinator
  Vorsitzender
- **Frank Borris Baum**
  Vorstand car akustik GmbH
  stellvertretender Vorsitzender
- **Hermann Aden**, Stadtbaurat
  (bis 01.12.2023)
  Mathias Struckmeyer, Stadtkämmerer
  (ab 01.12.2023)
- **Claudio Griese**, Oberbürgermeister
- **Gabriele Güse**, Hotelier
- **Daniel Meier**, Ratsherr
- **Claudia Reisch**,
  GF DWZ Verlagsgesellschaft
- **Anett Dreisvogt,** Sekretärin
- **Elke Meyer**, Kauffrau

Gesellschafterversammlung

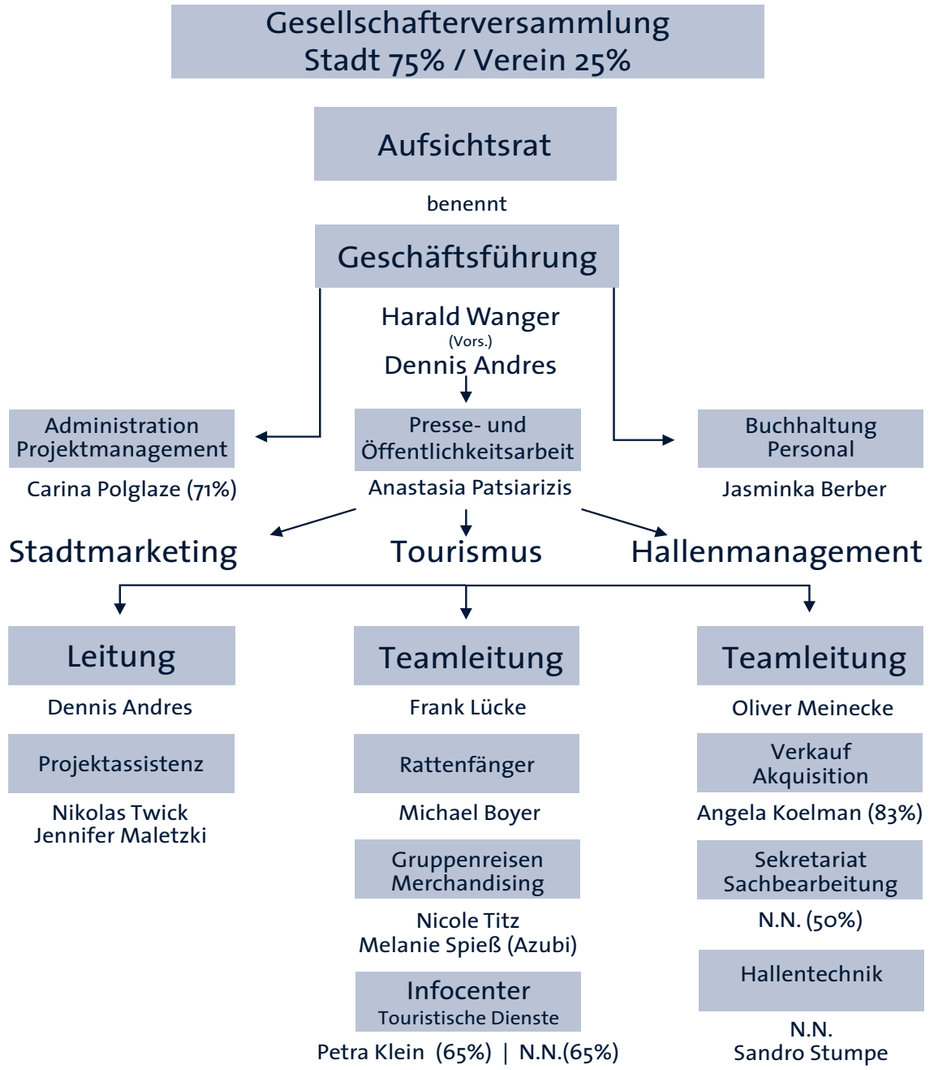
Die Gesellschafterversammlung setzte sich im Berichtsjahr aus gewählten VertreterInnen des Vorstandes des Stadtmarketing- und Verkehrsvereins Hameln e.V. sowie den folgenden, vom Rat der Stadt Hameln entsandten VertreterInnen, zusammen:

- **Andreas Breitkopf**, Abteilungsleiter Finanzen (bis 01.12.2023)
  Martina Harms, Erste Stadträtin
  (ab 01.12.2023)
- **Gerhard Paschwitz**, Polizeibeamter a.D.
- **Jens Laparose**, Kaufmann
- **Gabriele Güse**, Hotelier
- **Anett Dreisvogt,** Sekretärin
- **Jan Hühnerberg,** Ratsherr
- **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: 31.12.2023

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2023

AKTIVA

		31.12.2023 €	31.12.2022 €
A.	**ANLAGEVERMÖGEN**		
I.	Immaterielle Vermögensgegenstände		
	Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	5.205,00	6.956,00
II.	Sachanlagen		
1.	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	191.827,00	269.263,00
2.	Technische Anlagen und Maschinen	261,00	1.895,00
3.	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	91.397,00	155.474,00
		283.485,00	426.632,00
		288.690,00	433.588,00
B.	**UMLAUFVERMÖGEN**		
I.	Vorräte		
	Fertige Erzeugnisse und Waren	31.923,18	30.207,95
II.	Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1.	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	514.677,07	403.423,55
2.	Forderungen gegen Gesellschafter	474.387,67	344.991,99
3.	Sonstige Vermögensgegenstände	878.228,24	943.053,73
		1.867.292,98	1.691.469,27
III.	Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	266.189,90	334.608,70
		2.165.406,06	2.056.285,92
C.	**RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN**	9.190,63	10.486,85
		2.463.286,69	2.500.360,77

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2023

PASSIVA

		31.12.2023 €	31.12.2022 €
A.	**EIGENKAPITAL**		
I.	Gezeichnetes Kapital	150.000,00	150.000,00
II.	Gewinnrücklagen		
	Andere Gewinnrücklagen	170.000,00	140.000,00
III.	Bilanzverlust/-gewinn	-671,90	38.541,82
		319.328,10	328.541,82
B.	**SONDERPOSTEN FÜR ZUSCHÜSSE**	31.778,00	86.250,00
C.	**RÜCKSTELLUNGEN**		
	Sonstige Rückstellungen	688.100,00	589.600,00
D.	**VERBINDLICHKEITEN**		
1.	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	887.551,69	628.799,87
2.	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	243.198,27	188.900,56
3.	Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	155.210,00	100.000,00
4.	Sonstige Verbindlichkeiten	137.910,63	56.187,20
		1.423.870,59	973.887,63
E.	**RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN**	210,00	522.081,32
		2.463.286,69	2.500.360,77

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2023

		2023 €	2022 €
1.	Umsatzerlöse	2.768.939,99	2.131.491,10
2.	Erträge aus Zuschüssen	1.264.266,22	1.845.328,91
3.	Sonstige betriebliche Erträge	62.676,21	73.126,43
4.	Materialaufwand		
	a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	68.609,25	56.380,55
	b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	2.541.792,90	2.461.102,73
		2.610.402,15	2.517.483,28
5.	Personalaufwand		
	a) Löhne und Gehälter	751.204,71	785.144,49
	b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	161.686,59	170.354,80
		912.891,30	955.499,29
6.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	159.555,03	164.993,04
7.	Sonstige betriebliche Aufwendungen	406.710,11	364.948,24
8.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	15.537,43	6.910,71
9.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,12	11.858,30
10.	**Jahresfehlbetrag/-überschuss**	-9.213,72	28.253,58
11.	Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	8.541,82	10.288,24
12.	**Bilanzverlust/-gewinn**	-671,90	38.541,82

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

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN			
	1. Jan. 2023	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2023	1. Jan. 2023	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2023
	€	€	€	€	€	€	€	€
I. IMMATERIELLE VERMÖGENS-GEGENSTÄNDE								
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	57.717,67	0,00	0,00	57.717,67	50.761,67	1.751,00	0,00	52.512,67
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	1.736.160,59	77.436,00	0,00	1.813.596,59
2. Technische Anlagen und Maschinen	184.042,27	0,00	0,00	184.042,27	182.147,27	1.634,00	0,00	183.781,27
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	779.264,90	23.261,03	17.443,03	785.082,90	623.790,90	78.734,03	8.839,03	693.685,90
	2.968.730,76	23.261,03	17.443,03	2.974.548,76	2.542.098,76	157.804,03	8.839,03	2.691.063,76
GESAMT:	3.026.448,43	23.261,03	17.443,03	3.032.266,43	2.592.860,43	159.555,03	8.839,03	2.743.576,43

Prüfungsvermerk

Das Rechnungsprüfungsamt der Stadt Hameln hat im Auftrag der Gesellschaft den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2023, 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 2024
Stadt Hameln
Rechnungsprüfungsamt

(Seidel)
Leiter Rechnungsprüfungsamt

(L. Schmidt)
Rechnungsprüfer

Impressum: Herausgeber/Gestaltung/Fotos: Hameln Marketing und Tourismus GmbH
Satz und Gestaltung: Heidemarie Jende | Druck Albert Matzow GmbH | Mai 2024