Rattenfängerstadt
Hameln

Geschäftsbericht 2024

Hameln Marketing und Tourismus GmbH

www.hameln.de

Inhaltsverzeichnis

Titelbild: Verleihung ADAC-Publikumspreis durch den DTV in Hamburg

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

2024 war ein Jahr voller Impulse, Ideen und beeindruckender Resonanz, für uns als Hameln Marketing und Tourismus GmbH ein Jahr mit besonderen Höhepunkten. Mit dem neuen kulturtouristischen Gesamtkonzept stellen wir Weichen für die Zukunft, als starke Destination und lebenswerte Stadt.

Zugleich haben unsere erfolgreichen Veranstaltungsformate – von der „Mystica Hamelon“ bis zum Weihnachtsmarkt – einmal mehr bewiesen, wie wichtig emotionale Erlebnisse für eine lebendige Innenstadt sind.

Ein besonderer Meilenstein war die mit dem ADAC-Publikumspreis des Deutschen Tourismuspreises ausgezeichnete „Klimakiste“ – ein innovativer Beitrag zur Klimaanpassung und bundesweites Vorbild.

Mit Formaten wie dem Rattenfänger-Freilichtspiel, dem Musical „Die Päpstin“ oder der ZDFneo-Serie HAMELN wurde Hameln weit über die Stadtgrenzen hinaus sichtbar.

Trotz enormer Kostensteigerungen konnte ein Geschäftsvolumen von rund 4 Mio. Euro erwirtschaftet werden; dem steht ein vertretbarer Jahresfehlbetrag von rund 40.000 Euro gegenüber.

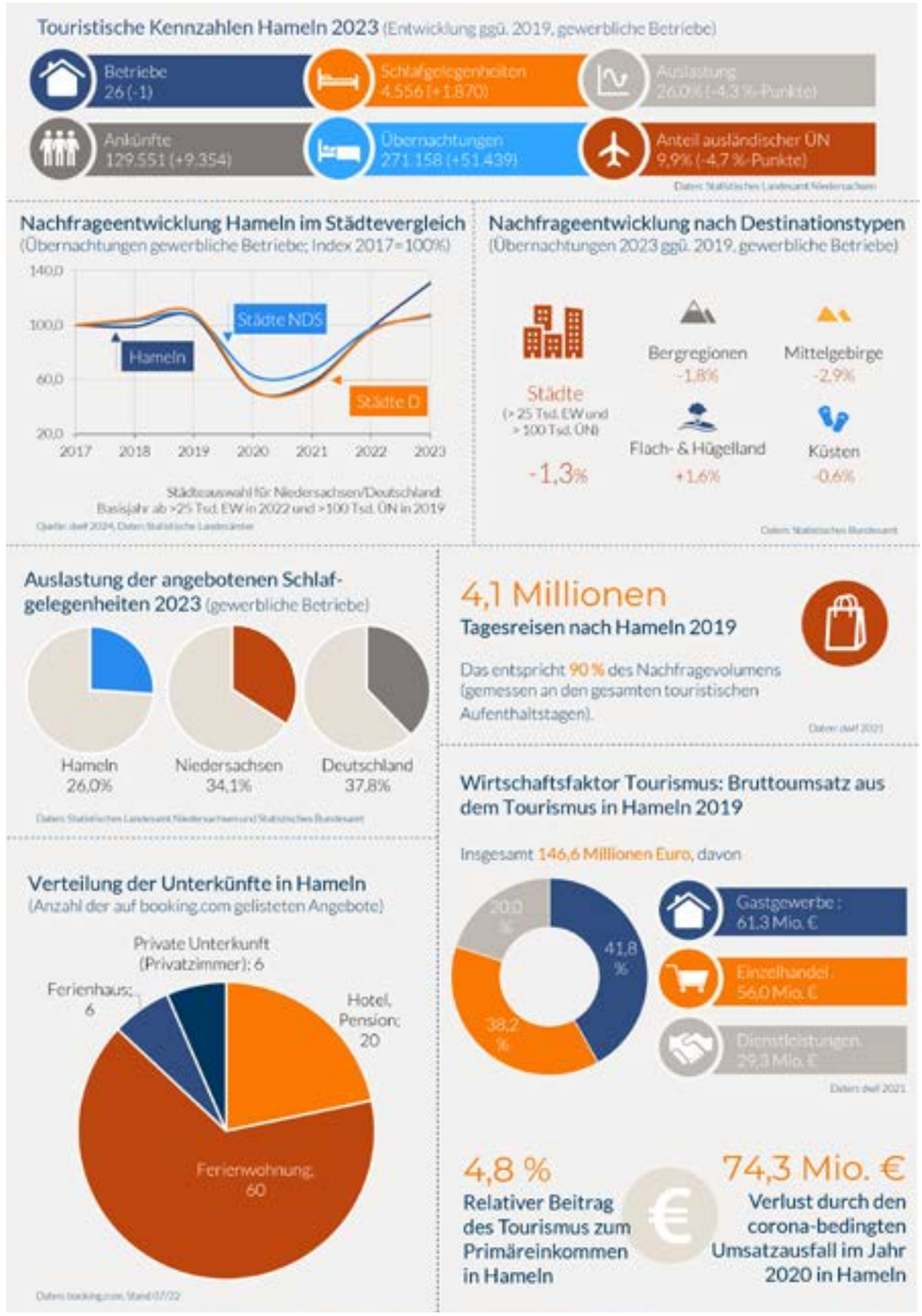
All dies wäre ohne das großartige Engagement unserer Mitarbeitenden, die Unterstützung zahlreicher Partner und Sponsoren sowie die konstruktive Zusammenarbeit in Aufsichtsrat und Gesellschafterversammlung nicht möglich gewesen. Dafür danken wir Ihnen herzlich!

Lars Kocea
Aufsichtsratsvorsitzender

Harald Wanger
Geschäftsführer (Vors.)

Dennis Andres
Geschäftsführer

Zahlen, Daten, Fakten



„DWIF 2024; Kulturtourismuskonzept Hameln“

Neukonzeptionierung

Gemeinsam mit Partnern aus der Region und gefördert durch das Landesprojekt „Perspektive Innenstadt verfolgt die HMT das Ziel, die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit Hamelns als Reiseziel nachhaltig zu stärken.
Hintergrund ist ein tiefgreifender Wandel, ausgelöst durch Corona-Pandemie, Ukraine-Krieg, veränderte Gästeerwartungen und Megatrends.
Der Prozess wurde begleitet durch DWIF Consulting und project 2508, die Expertenanalysen, Interviews mit Leistungsträgern und vertiefte Workshops durchführten.
Das Konzept identifiziert drei zentrale Kompetenzfelder:
1. Der Rattenfänger von Hameln – Einzigartig und identitätsstiftend, aber mit einem modernen Zugang zur Sage.
2. Die historische Altstadt – Lebendig und authentisch, als Bühne für neue Erlebnisse.
3. Das Umland – Vernetzung mit der Natur und Schaffung von nachhaltigen Freizeitangeboten. Ein besonderer Fokus liegt auf der Ansprache kulturinteressierter Familien

Wichtige Meilensteine und Projekte
Zehn Leitprojekte wurden definiert, um die Umsetzung des Konzepts zu gewährleisten.
Organisatorische Neuausrichtung - Selbstverständnis
In diesem Zuge wird sich die HMT organisatorisch neu aufstellen und stärker als Destinationsmanagement-Organisation (DMO) agieren.
Ganzheitlicher Ansatz
Auch das Tourismusverständnis wurde überdacht: Die lokale Bevölkerung wird vorrangig nicht mehr als eine dem Tourismus positiv gegenüberzustehende Anspruchsgruppe

Rollenverständnis und Purpose

verstanden, sondern als wichtige Ziel- und Nutzergruppe. Stichwort: Management von Lebensraum.
Selbstverständnis und Purpose
Mit Aufsichtsrat und Gesellschaftern der HMT wurde die Neukonzeptionierung in einem eineinhalb-tägigen Workshop diskutiert und das neue Rollenverständnis erarbeitet.

ROLLENVERSTÄNDNIS:
Wir sind starker **PARTNER UND TREIBER** für Tourismus- u. Stadtentwicklung in Hameln.

Wir **FÜHREN DIE MARKE HAMELN** in die Zukunft. Damit stiften wir Identität nach innen und schaffen Begehrlichkeit nach außen.

Wir GESTALTEN ERLEBNISSE, die unsere Marke Hameln sowohl für Gäste als auch für die Menschen vor Ort erlebbar machen und begeistern. Dies tun wir sowohl als Veranstalter eigener Erlebnisse als auch durch die Befähigung weiterer Partner.

Dafür **VERBINDEN UND VERNETZEN** wir alle notwendigen Akteure innerhalb und außerhalb Hamelns miteinander. In neuen Kooperationsformaten/Netzwerken denken wir Tourismus und Stadtentwicklung neu, um gemeinsam unseren Standort voranzubringen.

„Der neue Purpose" wurde mit den HMT-Mitarbeitenden in zwei Workshops entwickelt, verbunden mit den Fragen: "Warum gibt es uns und was treibt uns an?"

Die Umsetzung des Konzepts soll Hameln in den nächsten Jahren zu einem Vorreiter im Kulturtourismus machen.

Finale Formulierung des Purpose für die HMT:

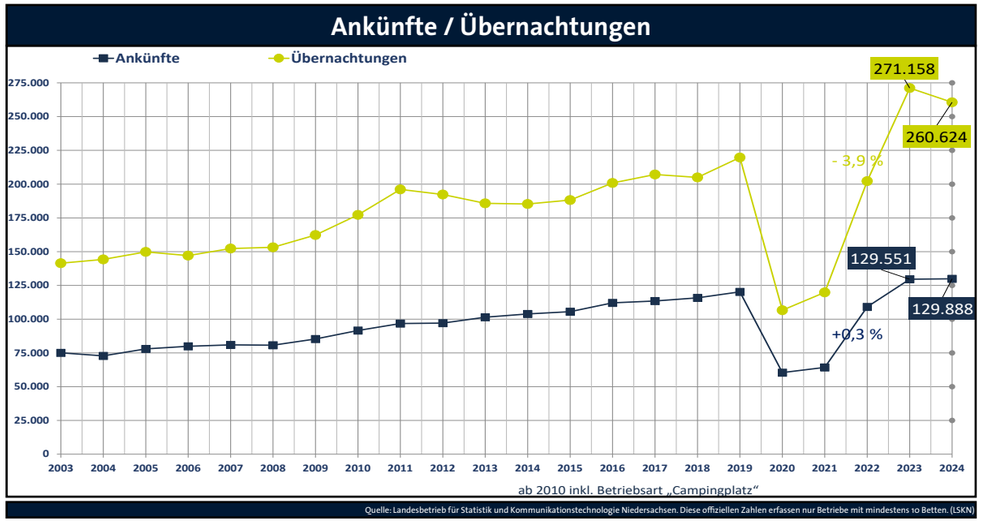
Mit Herz und Begeisterung spielen wir mit Hamelns Geschichte und machen unsere Rattenfängerstadt zum Erlebnis für alle.

Übernachtungen

Im Jahr 2024 stieg die Zahl der Gästeankünfte in Hamelner Beherbergungsbetrieben (mit mindestens 10 Betten) auf fast 130.000. Damit wurde ein neuer Höchststand erreicht. Die Zahl der Übernachtungen lag bei rund 260.000; trotz eines leichten Rückgangs um 3,9 % konnte das Rekordergebnis aus 2023 fast bestätigt werden – bemerkenswert auch vor dem Hintergrund, dass mit dem "Hotel zur Post" 60 Betten vom Markt gingen. Die wichtigsten ausländischen Quellmärkte sind die Niederlande vor Polen, Großbritannien, Schweden und Dänemark.
Der Auslandsanteil liegt bei rund 11 %.
Statistisch nicht erfasst sind Gästeübernachtungen in Kleinbetrieben wie Ferienwohnungen und Pensionen sowie die Wohnmobil-Stellplätze; dieses Segment hat sich sehr dynamisch entwickelt und umfasst lt. DWIF mehr als 200.000 weitere Gästeübernachtungen p.a.

Touristische Dienstleistungen | Stadtführungen

Die meisten Buchungen von öffentlichen Führungen werden über den Online Erlebnis-Shop getätigt. Im Berichtsjahr waren das insgesamt 1.396 Buchungen mit 5.202 Teilnehmern. Der Brutto-Umsatz im "Shop" erhöhte sich von 46 T€ (2023) auf 60,3 T€. Cash Cows waren die Führung „Hamelner Highlights" sowie die „Führung mit dem Rattenfänger". Für das Angebots-Portfolio ist von Bedeutung, dass auch wichtige Leistungsträger wie das Schloss Hämelschenburg, die Flotte Weser, das Schlosshotel Münchhausen, das Museum Hameln sowie die Angebote des städtischen Forstamtes und des Dokumentations- und Lernortes Bückeberg über den Online-Shop buchbar sind.
Die Zahl der Gästeführungen insgesamt belief sich auf 2.043 bei 32.954 Teilnehmern – ein leichter Rückgang gegenüber dem Vorjahr.



Public Relations

Der TV-Sender Kabel 1 produzierte im Sommer einen Beitrag für die Sendung „Deutschland größte Geheimnisse". Die Themen „Rattenfänger" und „Weserradweg" standen für die niederländische Bloggerin Simone Wittgen im Mittelpunkt des Interesses. Die Journalistin Lyn Parry recherchierte 2 Tage lang in Hameln für den amerikanischen Reiseführer „Fodor's Essential Germany".

Ein von der Städtekooperation „aboutcities" und der HMT veranstalteter Instawalk war sehr gut gefragt und führte 10 Blogger nach Hameln.

Der Präsident des Bundesverbandes Camping Deutschland, Stefan Zierke, besuchte gemeinsam mit seinem Geschäftsführer Prof. Dr. Frank Schaal im Rahmen einer Sommertour Hameln und den Campingplatz am Waldbad in Halvestorf.

Horror-Serie HAMELN

Die im Berichtsjahr über weite Strecken am Originalort Hameln gedrehte sechsteiige Horrorserie mit dem schlichten Titel HAMELN ging am 30.12.2024 erstmals in der Mediathek und im Livestream von ZDFneo online auf Sendung. Schon nach einer Woche konnten über 1 Mio. Streams registriert werden. Und: Die meisten ZuschauerInnen sahen die Serie bis zum Ende. Im Fachjargon spricht man daher von einer erfolgreichen „Completion Rate" von 70 Prozent; branchenüblich sind eher 30 - 40 Prozent die Regel.

Regisseur Rainer Matsutani ist verantwortlich für das spektakuläre Drehbuch. Ein Wiedersehen mit dem gesamten Drehteam gab es bei der Premiere im Hamelner MAXX Kino (s. Foto) und bei der BERLINALE im März 2025 in Berlin, zu der HMT-Mitarbeiterin Anastasia Patsiarizis eingeladen war. Sie koordinierte die dreiwöchigen Dreharbeiten in Hameln.

Rattenfänger-Freilichtspiel

Die ehrenamtlichen Darsteller in ihren Rollen als Rattenfänger, Bürger und Kinder, verbuchten auch 2024 einen großen Publikumszuspruch. Es ist eine Darbietung, die die Herzen berührt und die wechselvollen Emotionen der Geschichte erlebbar macht.

Die Spielgruppe unter der Leitung von Michael Bräunig trat von Mitte Mai bis Mitte September 19-mal auf, immer sonntags um 12:00 Uhr, und bietet damit ein einzigartiges kulturelles Erlebnis.

Beeindruckend ist auch die Verbundenheit zahlreicher Mitspielenden zur Gruppe.

Im Berichtsjahr wurden Andreas Nitschke (45 Jahre), Edda Leunig, Ilse Nachtigall und Michael Bräunig (alle 40 Jahre) für ihr langjähriges Mitwirken beim Freilichtspiel geehrt.

Musical RATS

Das beliebte Musical unter der künstlerischen Leitung von Anke Rettkowski sorgte bei 15 sehr gut besuchten Aufführungen auf der Hochzeitshaus-Terrasse erneut für eine beeindruckende Altstadt-Atmosphäre, die nur Hameln zu bieten hat.

Im Jahr 2024 freute sich das Ensemble über zwei besondere Einladungen; und zwar zu den „Gassen-Sensationen“ in Heppenheim und zur Musical-Nacht auf der Burg Polle.

Die Hauptsponsoren Stadtwerke Hameln Weserbergland und Sparkasse Hameln-Weserbergland sowie der Förderverein Musicals Weserbergland und die weiteren Unterstützer helfen der HMT als Veranstalterin, die komplexe Finanzierung auf die Beine zu stellen – denn der Besuch ist kostenfrei.

Das Musical „Die Päpstin“

Die Neuinszenierung der „Päpstin“ von Regisseur Gil Mehmert und Bühnenbildner Christopher Barreca kam hervorragend an.

12.850 begeisterte Besuchende, das entspricht einer guten Auslastung von 82 %, vergaben erfreulicherweise wieder die Top-Bewertung von 1,3 (Schulnoten von 1 bis 6) sowie 4,9 von 5 möglichen Punkten bei Eventim.

Dies war die insgesamt 10. gemeinsame Musical-Spielzeit mit Spotlight Musicals.

Der MusicalWinter generierte wieder rund 6.000 zusätzliche Gäste-Übernachtungen in Hameln.

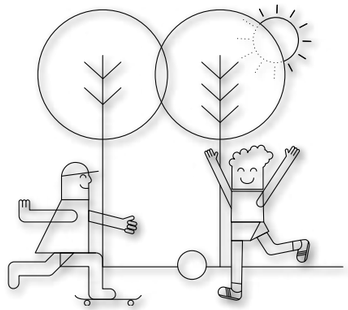
Die Kombination mit dem Weihnachtsmarkt wird zunehmend zum Alleinstellungsmerkmal (Foto: Die jungen Johanna-Darstellerinnen auf dem Weihnachtsmarkt).

Die Shows wurden begleitet von Spendensammlungen für das Frauenzentrum Hameln und dem WEISSE RING e.V. – Außenstelle Hameln. Dankbar verkünden wir eine Gesamtsumme von rund 28.500 Euro für gute Zwecke. Das Resultat aus dem MusicalWinter „Die Päpstin“ 2024.

Rückblick

Die größte Herausforderung 2024 stellte das Thema Sicherheit bei Großveranstaltungen dar. Die Auflagen stiegen enorm. Diese zusätzlichen Sicherheitsmaßnahmen führten zu erhöhten Kosten, die es erfolgreich zu bewältigen galt.
Trotz der Herausforderungen konnten wir unser bewährtes Veranstaltungsportfolio fortführen und weiterentwickeln. Die Veranstaltungsliste für 2024 umfasste: 1. Mystica Hamelon | 2. „Hameln. Komm, wie Du bist.“ präsentiert „das heißeste Thema der Stadt“ | 3. Weinfest | 4. Pflasterfest | 5. Herbstmarkt | 6. Weihnachtsmarkt
Finanziell stemmten wir diese Großveranstaltungen und die dreimonatige Sommeraktion durch eine bewährte Kombination aus Einsparmaßnahmen, Fördergeldern und Sponsorenbeiträgen. Der 2023 eingeführte Eintritt zum Weinfest kann nun als etabliert bezeichnet werden und die Besucherzahlen erreichen neue Höchststände.
Alle Veranstaltungen konnten auf hohem Niveau und mit großem Erfolg umgesetzt werden. Das Pflasterfest litt am ersten Tag noch unter der Ungewissheit des kurz zuvor erfolgten Anschlags in Solingen, bereits am zweiten Tag erreichte das Fest Besucherzahlen wie im Rekordjahr 2019.
Besonders positiv entwickelte sich der Weihnachtsmarkt, der bereits im dritten Jahr unter HMT-Verantwortung nochmals deutlich an Qualität gewonnen hat. Ein besonderes Weihnachtsmarkt-Highlight war der Wunschverstärker, ein absolutes Alleinstellungsmerkmal. Außerdem stieß die Klima-Kiste auf außergewöhnlich großes Interesse und nationale Aufmerksamkeit.

Ausblick



Das Jahr 2025 wird geprägt sein von einer weiteren Steigerung der Sicherheitsmaßnahmen bei Großveranstaltungen. Gerade der Anschlag auf den Magdeburger Weihnachtsmarkt hat gezeigt, wie wichtig umfassende Sicherheitskonzepte sind. Diese aufwendigen Konzepte werden erhebliche Personalkapazitäten binden und zusätzliche finanzielle Belastungen mit sich bringen, die noch nicht abzusehen sind.

Gleichzeitig wird die Notwendigkeit immer deutlicher, Stadtmarketing, Tourismus und Stadtplanung stärker zusammenzudenken. Neben dem Tourismuskonzept ist die Entwicklung einer eigenständigen Stadtmarke von großer Bedeutung für Hamelns Zukunft.

Das bunte Aktionsportfolio der HMT zeigt immer wieder, wie wichtig derartige Anlässe für die Bewohner und Besucher sind.
Gerade die Innenstadt als innovativen Ort mit hohem Freizeitwert und Aufenthaltsqualität neu zu interpretieren, ist vor dem Hintergrund sozialer Bruchkanten, Klimawandel, Digitalisierung und Individualisierung eine große und ebenso wichtige Herausforderung.
Den Anspruch der HMT, vernetzt zu denken, Verantwortung für den Standort zu übernehmen und Teil einer zukunftsweisenden Stadtentwicklung zu sein, gilt es in den folgenden Jahren noch stärker zu untermauern.

Die Transformation des Hamelner Weihnachtsmarktes

Mit Übernahme des Marktes durch die HMT gelang eine mutige, ganzheitliche Neukonzeption des traditionsreichen Festes.

Die Transformation umfasste mehrere zentrale Bausteine: Eine konsequente Qualitätsoffensive bei der Aussteller-Akquise bildete das Fundament. Strikte Design- und Gestaltungsvorgaben für alle Marktteilnehmer sorgten für ein einheitliches und hochwertiges Erscheinungsbild. Ein durchdachtes Ambiente-Konzept wurde entwickelt, das von der atmosphärischen Beleuchtung bis hin zu gemütlichen Unterständen ohne Konsumzwang reichte.

Die stärkere Ausrichtung auf Familien und deren spezielle Bedürfnisse, wie auch die intensivere Einbindung der Osterstraße, waren ebenso integraler Bestandteil des neuen Konzeptes. Dabei behielten wir sowohl Einheimische als auch Touristen gleichermaßen im Fokus. Highlights wie der Hamelner Wunschverstärker und ein 100 Jahre altes Riesenrad überraschten als neue Kernelemente.

Wenngleich das Angebot an Kunsthandwerkern weiterhin ausbaufähig bleibt, kann das Ergebnis sich sehen lassen: Ein Weihnachtsmarkt, der die historische Kulisse Hamelns perfekt einbindet und durch liebevolle Details und innovative Angebote besticht. Dies bestätigen sowohl Einheimische als auch Touristen.

Die erfolgreiche Transformation des Hamelner Weihnachtsmarktes zeigt eindrucksvoll: Mit klarer Vision und dem Mut zur Veränderung lässt sich auch ein traditionsreicher Markt in kurzer Zeit zu einem echten Herzstück der Stadt entwickeln.

hameln komm wie du bist präsentiert: KLIMA KISTE Das heißeste Thema der Stadt

Preisgekrönt: Die Klima-Kiste.
Mit der Top-5-Platzierung beim Deutschen Tourismuspreis in Hamburg, dem Gewinn des ADAC-Publikumspreises sowie der Aufnahme in den Best-Practice-Pool des BCSD ist nun auch die Klima-Kiste nach „Hameln. Komm, wie Du bist.“ (Destination Award 2022) ein preisgekröntes Konzept.
Die zweite Klima-Kiste steht in der Hochschulstadt Geisenheim, weitere Städte werden bereits 2025 folgen. Die HMT tritt dabei als Lizenzgeber auf.
Die gesamte Sommeraktion mit dem auffälligen visuellen Konzept ist nicht mehr wegzudenken. Mit der erneuten Förderung durch das Landesprojekt „Zukunftsräume“ konnte die Innenstadt erneut in Szene gesetzt werden.

Über die digitalen Umfragetools rund um die Klima-Kiste und die „Gartenpartys“ mit den Hamelner Oberstufen wurden wichtige Impulse und ein gutes Meinungsbild zum Thema „Klimaanpassung in der Innenstadt“ Impulse gesetzt und ein umfassendes Meinungsbild gewonnen, das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Klimaanpassung geschärft und gewonnen, ein Bewusstsein für die Notwendigkeit geschaffen und erste innovative Maßnahmen visualisiert, die 2026 der Öffentlichkeit vorgestellt werden können.

Die Klima-Kiste hat sich zum Kommunikations- und Informationstool für den Hamelner Klimaanpassungsprozess entwickelt, was andere Städte inspiriert – um die 100 Anfragen interessierter Städte gingen bereits ein.

Rattenfänger-Halle

Das Jahr 2024 verlief für die Rattenfänger-Halle sehr positiv.

Nachdem die geplante Eröffnung des Weserbergland-Zentrums erneut verschoben werden musste, konnten eine Vielzahl an festgebuchten Veranstaltungen in die Rattenfänger-Halle verlegt werden. Somit konnten erneute Verschiebungen bzw. Absagen bei der Udo-Jürgens-Story, Gala-Bau, Steuerseminar, Ratssitzungen, Sparkasse Personalversammlung, Jägerschaft Hameln-Pyrmont, HSW-Abschlußball, Travestie-Show und Urban Priol vermieden werden.

Erfolgreich verliefen auch Veranstaltungen – teilweise vor ausverkauftem Haus – mit Dieter Nuhr, Ina Müller, Lisa Eckhart, Helge Schneider, Herr der Ringe Konzert, Luke Mockridge, Özcan Cosar, Sascha Grammel, Völkerball, The Dark Tenor, Last Christmas Musical, Dschungelbuch und das Benefizkonzert des Polizeichors.

Große Nachfrage erzielten auch die Veranstaltungen wie Feuerwerk der Turnkunst, Volksbank Vertreterversammlung, Videoclipdance Meisterschaft, Public Viewing EM, Abschlußball Rinteln, Hochzeitsmesse, Ausbildungsmesse, DRK Mitarbeiterfest, Oktober-Ehrenamtsfest – Kinderwiesn, Deutsche Bank Betriebsversammlung, Katzenausstellung und Rollschuhmärchen.

Ende des Jahres 2024 lagen bereits eine Vielzahl von Anfragen und Buchungen für 2025 vor. Da 2025 aber auch das Weserbergland-Zentrum zur Verfügung stehen wird, ist ein leichter Rückgang bei den Veranstaltungen in der Rattenfänger-Halle zu erwarten.

Weserbergland-Zentrum

Wiedereröffnung im Dezember 2024:
Das Weserbergland-Zentrum auf dem Weg zurück
Die Corona-Pandemie und die anschließende Schließung zur brandschutztechnischen Ertüchtigung stellten das Weserbergland-Zentrum vor erhebliche Herausforderungen. Verzögerungen bei der Umsetzung führten dazu, dass die Sanierung auch 2024 andauerte. Nach der Bauabnahme Anfang November konnte die Technik weitgehend in Betrieb genommen und das Gebäude rechtzeitig zum Jahresende gereinigt und vorbereitet werden.

Zum Start des Musicals „Die Päpstin“ standen Darstellern wieder geeignete Räumlichkeiten zur Verfügung. Die Premierenfeier bildete den erfolgreichen Auftakt für die Wiederaufnahme des Veranstaltungsbetriebs.

Die lange Schließzeit hat auch Auswirkungen im Personalbereich: Einige frühere Dienstleister sind nicht mehr verfügbar, Fachkräfte für Veranstaltungstechnik sind schwer zu finden. Trotz dieser Einschränkungen arbeiten wir aktiv daran, neue Strukturen aufzubauen.

Die Vermarktung gestaltet sich nach fünf Jahren Pause herausfordernd. Dennoch gehen wir davon aus, dass sich das Buchungsniveau mittelfristig erholen wird. Erste Signale und Rückmeldungen stimmen uns positiv.

Künstliche Intelligenz und Customer Journey

Das 2023 mit dem DWIF erarbeitete Konzept zur digitalen Transformation bildet eine sehr gute Grundlage für die nächsten Handlungsschritte. U.a. konnte der „Niedersachsen Hub“ mit über 200 POI-Datensätzen bestückt werden. Über das Freizeitportal „Urbnups“ werden zusätzlich Hameln-Angebote zielgruppen-spezifisch und KI-unterstützt ausgespielt.
Ergänzend wurde im Berichtsjahr für die Mitarbeitenden der HMT – gemeinsam mit der Dehoga – ein inhouse-Seminar zur Künstlichen Intelligenz mit der Fa. destinetChange veranstaltet. Denn die Integration von KI in den Tourismus ist längst keine Zukunftsmusik mehr – sie verändert bereits heute die Art und Weise, wie Gäste informiert, inspiriert und betreut werden. Auch für Hameln und die HMT eröffnen sich entlang der gesamten Customer Journey neue Perspektiven für ein modernes und effizientes Destinationsmanagement (s. Schaubild).
Vom ersten digitalen Kontaktpunkt über maßgeschneiderte Inspiration bis hin zur automatisierten Reiseberatung: KI-gestützte Tools ermöglichen es, Inhalte dynamisch zu personalisieren, Fragen in Echtzeit zu beantworten oder Buchungen zu erleichtern – auch in mehreren Sprachen. Damit steigt nicht nur die Servicequalität, sondern auch die Reichweite und Sichtbarkeit der Destination.
Im Hintergrund hilft KI, Prozesse zu analysieren, Feedback auszuwerten und Besucherströme datenbasiert zu steuern – ein großer Schritt in Richtung nachhaltiger Tourismusgestaltung. Gleichzeitig wird der Einsatz von KI zur strategischen Führungsaufgabe: Es gilt, Potenziale systematisch zu identifizieren, passende Tools auszuwählen und Mitarbeitende im Umgang mit der Technologie zu schulen.

Quelle: destinetChange: Praxis-Workshop Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Tourismus, Hameln, 13.09.2024

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 für das Weserbergland. Martina Harms vertritt die Stadt Hameln im Vorstand des WT. (Bild links: bei Vorstellung Kultuurtourismuskonzept)

Die „Deutsche Märchenstraße“ vermarktet die Ferienroute von Hanau bis Bremen. Der HMT-Geschäftsführer ist Vorstandsmitglied.

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: Seit 2024 ist 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. (Bild rechts)

Organe der Gesellschaft

Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat haben im Geschäftsjahr angehört:

- **Lars Kocea**, Vertriebskoordinator
  Vorsitzender
- **Frank Borris Baum**
  Vorstand car akustik GmbH
  stellvertretender Vorsitzender
- **Matthias Struckmeyer,** Stadtkämmerer
- **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:

- **Martina Harms,** Erste Stadträtin
- **Gerhard Paschwitz**, Polizeibeamter a.D.
- **Jens Laparose**, Kaufmann
- **Gabriele Güse**, Hotelier
- **Jan Hühnerberg,** Ratsherr
- **Gerd Siepmann**,
  Veranstaltungskaufmann
  (bis 28.08.2024)
- **Daniel Wünsch**, Ratsherr
  (ab 29.08.2024)

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

Geschäftsführung: Harald Wanger (Vorsitz) und Dennis Andres

Organigramm der HMT GmbH

Stand: 31.12.2024

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2024

A K T I V A

	31.12.2024 €	31.12.2023 €
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4.145,00	5.205,00
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	114.391,00	191.827,00
2. Technische Anlagen und Maschinen	80,00	261,00
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	117.932,00	91.397,00
	232.403,00	283.485,00
	236.548,00	288.690,00
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
Fertige Erzeugnisse und Waren	43.245,18	31.923,18
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	511.784,36	514.676,57
2. Forderungen gegen Gesellschafter	207.241,42	474.388,17
3. Sonstige Vermögensgegenstände	49.510,42	878.228,24
	768.536,20	1.867.292,98
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	706.746,44	266.189,90
	1.518.527,82	2.165.406,06
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	28.564,18	9.190,63
	1.783.640,00	2.463.286,69

Jahresabschluss und Prüfbericht

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2024

P A S S I V A

	31.12.2024 €	31.12.2023 €
A. EIGENKAPITAL		
I. Gezeichnetes Kapital	150.000,00	150.000,00
II. Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	170.000,00	170.000,00
III. Bilanzverlust	-40.144,41	-671,90
	279.855,59	319.328,10
B. SONDERPOSTEN FÜR ZUSCHÜSSE	0,00	31.778,00
C. RÜCKSTELLUNGEN		
1. Steuerrückstellungen	4.500,00	0,00
2. Sonstige Rückstellungen	655.900,00	688.100,00
	660.400,00	688.100,00
D. VERBINDLICHKEITEN		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	478.601,70	887.551,69
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	191.365,95	243.198,27
3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	60.140,50	155.210,00
4. Sonstige Verbindlichkeiten	108.637,26	137.910,63
	838.745,41	1.423.870,59
E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	4.639,00	210,00
	1.783.640,00	2.463.286,69

Hameln Marketing und Tourismus GmbH
Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2024

		2024 €	2023 €
1.	Umsatzerlöse	2.542.094,55	2.768.939,99
2.	Erträge aus Zuschüssen	1.351.506,65	1.264.266,22
3.	Sonstige betriebliche Erträge	93.047,50	62.676,21
4.	Materialaufwand		
	a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	76.859,15	68.609,25
	b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	2.278.277,24	2.541.792,90
		2.355.136,39	2.610.402,15
5.	Personalaufwand		
	a) Löhne und Gehälter	844.047,20	751.204,71
	b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	187.819,74	161.686,59
		1.031.866,94	912.891,30
6.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	134.733,88	159.555,03
7.	Sonstige betriebliche Aufwendungen	475.768,53	406.710,11
8.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	3.104,14	0,00
9.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	15.831,87	15.537,43
10.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	15.887,74	0,12
11.	**Jahresfehlbetrag**	-39.472,51	-9.213,72
12.	Verlust-/Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	-671,90	8.541,82
13.	**Bilanzverlust**	-40.144,41	-671,90

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

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN			
	1. Jan. 2024	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2024	1. Jan. 2024	Zugänge	Abgänge	31. Dez. 2024
	€	€	€	€	€	€	€	€
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	52.515,67	1.060,00	0,00	53.572,67
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	1.813.596,59	77.436,00	0,00	1.891.032,59
2. Technische Anlagen und Maschinen	184.042,27	0,00	0,00	184.042,27	183.781,27	181,00	0,00	183.962,27
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	785.082,90	82.591,88	2.047,14	865.627,64	693.685,90	56.056,88	2.047,14	747.695,64
	2.974.548,76	82.591,88	2.047,14	3.055.093,50	2.691.063,76	133.673,88	2.047,14	2.822.690,50
GESAMT:	3.032.266,43	82.591,88	2.047,14	3.112.811,17	2.743.576,43	134.733,88	2.047,14	2.876.263,17

Prüfungsvermerk

Das Rechnungsprüfungsamt der Stadt Hameln hat im Auftrag der Gesellschaft den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2024, 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 zu Beanstandungen keinen Anlass. Die Hameln Marketing und Tourismus GmbH wird wirtschaftlich geführt.

Hameln, 03. Juni 2025
Stadt Hameln
Rechnungsprüfungsamt

(R. Höger)
Leiter Rechnungsprüfungsamt

(L. Schmidt)
Rechnungsprüfer

(J. Gerritsen)
Rechnungsprüferin

Impressum: Herausgeber / Gestaltung / Redaktion / Fotos:
Hameln Marketing und Tourismus GmbH | Satz und Gestaltung:
Heidemarie Jende | Druck: COLOR+ GmbH, Holzminden | Juni 2025