

Zugferd Tourismus



Abgesehen von der weltbekannten Rattenfängersage ist Hameln zweifellos eine schöne Stadt im Weserbergland, mit einem ausgewogenen Branchenmix und vielseitigen kulturellen Highlights. Tausende Besucher aus dem In- und Ausland kommen nach Hameln, um den Spannungsbogen der Geschichte zwischen Geheimnis, Magie und Verführung hautnah zu erleben. Neue Angebote wie die "Hameln Entdecker-Card", die Beach Bar an der Weserpromenade und die Musical-Spielzeit "Der Medicus", von Mitte Dezember bis Anfang Januar im Theater Hameln, schafften neben den bewährten Veranstaltungs- und Kultur-Formaten 2018 neue Impulse für einen Aufenthalt. Wie die Hameln Marketing und Tourismus GmbH (HMT) berichtet, kletterte die Statistik-Kurve der Übernachtungsgäste, der Gästeführungen und des Geschäftsvolumens:

Das Geschäftsvolumen der HMT steigt auf über 3,5 Mio. Euro, das höchste seit 2009 (Rattenfänger-Jubiläum und Tag der Niedersachsen). Die Eigenfinanzierung der nicht gewinnorientierten Gesellschaft liegt bei stolzen 75 %; erwartet wird sogar ein mittlerer fünfstelliger Jahresüberschuss. Das Musical "Der Medicus" war dabei mit fast 20.000 begeisterten Besuchern und einer Auslastung von 94 % der bisher erfolgreichste Einkauf und das größte Einzelprojekt der HMT im Berichtsjahr. Die Zahl der Übernachtungsgäste stieg 2018 um 2,1 Prozent auf den bisherigen Höchststand von 115.745 Besuchern. "Sie sorgten für insgesamt 204.945 Gästeübernachtungen; zwar 1,1 % weniger als im Vorjahr, aber immer noch das zweitbeste Resultat für Hameln überhaupt", sagt der Geschäftsführer der HMT, Harald Wanger, (Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN); ohne Berücksichtigung der Übernachtungen in den Privatpensionen und Ferienwohnungen bis 10 Betten).

Bei den Gästeführungen nutzten über 65.000 Personen (+5.000) das breite Angebotsspektrum, die HMT erzielte mit über 3.100 Gruppen ein sattes Plus im Vergleich zum Vorjahr. "Aus touristischer Sicht erleben wir damit eine konstant gute Entwicklung", so Harald Wanger. Und sehr wichtig: "Unsere Musical-Strategie stützt unsere Aktivitäten im Tourismus und Stadtmarketing und sorgt so für ein weiteres Alleinstellungsmerkmal in Hameln." Die Kooperation mit Spotlight Musicals aus Fulda und dem Theater Hameln, in Verbindung mit dem attraktiven Zeitraum rund um Weihnachtsmarkt und Jahreswechsel, hat sich laut Wanger mit dem "Medicus" erneut sehr bewährt.

"Im Stadtmarketing hat sich das Veranstaltungs-Portfolio auf einem hohen Niveau stabilisiert und zieht zahlreiche Gäste aus Nah und Fern an", sagt Dennis Andres, Hamelns Stadtmanager. Dabei geben Lasergestützte Frequenzzählungen in Hamelns Hauptgeschäftsstraßen Einblicke in die Attraktivität der Geschäftslagen sowie die Effizienz von Großveranstaltungen. Über 100.000 Besucher hat die HMT in der Vergangenheit zu den großen Veranstaltungen in der Innenstadt geschätzt. "Und selbst unser vergleichsweise kleiner Herbstmarkt knackte 2018 diese Marke, die ursprünglich nur bei Pflasterfest und Mystica Hamelon von uns erwartet wurde", sagt Andres. Frequenzbringer Nummer eins sei in Hameln der Hamelner Weihnachtsmarkt mit rund 30.000 Besuchern täglich. "Wie ein Damoklesschwert schweben die Sicherheitskosten bei Veranstaltungen über dieser positiven Entwicklung", erklärt er. Hier lege auch die zukünftige Herausforderung: Das Niveau trotz stetig steigender Kosten zu halten bzw. noch weiter zu erhöhen, so Hamelns Stadtmanager.

"Wir engagieren uns innerhalb des Weserbergland Tourismus, der Deutschen Märchenstraße und der Kooperation "9 +2 Städte in Niedersachsen" - auch in wichtigen Auslandsmärkten", sagt Harald Wanger und ergänzt: "Fortwährende gemeinsame Messeaktivitäten, PR-Kampagnen und Pressereisen im Ausland wirken sich positiv aus." Mit der Sieben-Schlösser-Kooperation bewege man sich auf einem weiteren, kulturtouristischen Feld, so der HMT-Geschäftsführer. Ziel der Vernetzung sei die Angebotsausweitung für Besucher sowie die Verlängerung der Aufenthaltsdauer. Das angrenzende Schlosshotel Münchhausen in Aerzen stieß 2018 als neuer Partner zur Kooperation dazu und jüngst vernetzte sich die Schössergemeinschaft mit der Deutsche Märchenstraße.

Was zukünftig unerlässlich fürs Hamelner Tourismusgeschäft sei: Kräfte bündeln durch Kooperationen, geschmeidige Softwarelösungen für mobile Buchungen, gezieltes Content Management in Verbindung mit abwechslungsreichen und qualitativ hochwertigen Angeboten, so Harald Wanger und Dennis Andres. Wobei Übernachtungsquartiere, Gastronomie und Freizeit-Angebote als Gesamtpaket zu verstehen wären und das Zusammenspiel mit Kommune, Wirtschaft, Handel, Bürgern und Bildungsträgern dabei genauso balanciert ins Gewicht fielen, so Wanger und Andres unisono - sei es doch so, dass jeder Besucher Umsätze generiere. Die Stadt Hameln erwirtschaftete einen Bruttoumsatz aus Tourismus in Höhe von 113,3 Mio. Euro laut der letzten Untersuchung DWIF aus 2014.

Ausblick: Gestartet ist die Vermarktung des Top-Musicals "Die Päpstin" 2019, Spielzeit ist vom 13. bis 31. Dezember im Theater Hameln. Das Rattenfänger-Freilichtspiel eröffnet am 12. Mai um 12 Uhr die Bühnen-Saison auf der Hochzeitshaus-Terrasse. Der lokale Bestseller "Musical RATS" ist hoch auf - Die "Ratten" feiern ihre 20. Spielzeit seit der Weltausstellung 2000 in Hannover, was nur dank treuer Sponsoren ermöglicht werden könne, so Wanger. Ab 1. Mai beginnt die zweite Saison der "Hameln Entdecker-Card" - ab sofort weisen zwei Monate lang die Treppenstufen am Gleis 1 in Hannover auf das Angebot in der Rattenfängerstadt hin. Von Street Food Market über Wein- und Pflasterfest, Autumn Moon bis hin zum Weihnachtsmarkt sind auch im Stadtmarketing die Weichen gestellt. Andres und Wanger setzen hier grundsätzlich auf klare Alleinstellungsmerkmale als wichtige Voraussetzung für alle Projekte und Veranstaltungen.

Kontakt Daten

Anastasia Patsiarizis

PR-Assistenz

www.hameln.de

31785 Hameln

Tel: 05151 9578-29

E-Mail: anastasia.patsiarizis@hameln-tourismus.de

Web: <http://www.hameln.de>