

e  
s  
s  
e  
P

Hannover, 21. November 2013

## Pressemitteilung

Hannover startet Werbeoffensive im Ausland

**Mit Zeitungsbeilagen und weiteren Marketingaktivitäten wirbt die Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG) jetzt im Ausland für einen Besuch in der Urlaubsregion Hannover. Die Werbeoffensive wird im nächsten Jahr fortgesetzt.**

Der Weihnachtsmarkt in Hannovers Altstadt mit seinen festlich beleuchteten Buden und der schneebedeckten Marktkirche, das größte Messegelände der Welt mit seinem berühmten Convention Center oder das prachtvolle Neue Rathaus, das sich herrschaftlich im Maschteich spiegelt: Mit drei unterschiedlichen Titelmotiven wirbt die Hannover Marketing und Tourismus GmbH derzeit im Ausland für die niedersächsische Landeshauptstadt. In einer Gesamtauflage von über 1,1 Millionen macht sie in mehreren Zeitungsbeilagen in den Niederlanden, in Großbritannien und in Polen (beispielsweise im britischen Daily Telegraph Magazine oder im holländischen De Telegraaf) sowie in Zügen der Österreichischen Bundesbahnen Lust auf einen Besuch in der Urlaubsregion Hannover. Das Themenspektrum reicht von Besuchertipps zu Shopping, Nightlife und Kultur über Ausflugsziele wie den Erlebnis-Zoo Hannover, die Herrenhäuser Gärten, die Weihnachtsmärkte oder das Schloss Marienburg bis zu Standortinformationen zu Messen, Kongressen oder der Gesundheitswirtschaft.

„Die Leser bekommen einen Eindruck, wie vielfältig die Urlaubsregion Hannover ist“, sagt **Hans Christian Nolte, Geschäftsführer der HMTG**. „Wir stellen eine Verbindung zwischen Hannover und den jeweiligen Ländern her und sprechen die Leser auf diese Weise gezielt an“, ergänzt er. Mit entsprechenden Hinweisen auf den Beilagen-Titeln werden sie auf die Städtepartnerschaft zwischen Hannover und Poznań und auf die Messe-Partnerschaften zwischen Großbritannien und der CeBIT sowie den Niederlanden und der Hannover Messe aufmerksam gemacht.

„Unsere Messe-Partnerschaften für 2014 sind ein guter Anlass, in Großbritannien und den Niederlanden die zahlreichen Möglichkeiten zu präsentieren, die Hannover sowohl Geschäftsreisenden als auch privaten Besuchern bietet“, meint auch **Messechef Wolfram von Fritsch**.

Anlässlich des 35jährigen Bestehens der Städtepartnerschaft zwischen Poznań und Hannover im kommenden Jahr wirbt die HMTG in der polnischen Stadt neben der Beilage auch mit großflächiger Reklame auf Linienbussen sowie so genannten „Citylights“ (beleuchteten Plakaten). „Ich freue mich, dass die HMTG mit ihrer Kampagne auch auf die erfolgreiche Städtepartnerschaft Hannovers mit Poznań aufmerksam macht und hoffe, dass nicht nur im 35. Jahr des Bestehens dieser Freundschaft viele Gäste aus Poznań und aus ganz Polen nach Hannover kommen. Serdecznie witamy!“, sagt **Hannovers Oberbürgermeister Stefan Schostok**.

Die derzeitigen Auslandsaktivitäten sind der erste Teil einer groß angelegten Werbeoffensive, die im nächsten Jahr fortgesetzt wird. So plant die HMTG in Kooperation mit der Fluggesellschaft germanwings Anfang nächsten Jahres eine

e  
s  
s  
e  
l  
P

Plakatierung in London, gemeinsame Online-Aktivitäten, Veröffentlichungen in Airport-Magazinen und eine weitere Zeitungsbeilage. Im Mittelpunkt steht dabei das „britische Jahr“ in Hannover mit der Landesausstellung „Als die Royals aus Hannover kamen“, der CeBIT mit britischem Partnerland oder dem Internationalen Feuerwerkswettbewerb in Herrenhausen mit dem englischen Team „1st Galaxy Fireworks“. Zudem steht zu Jahresbeginn neben Großbritannien auch die Schweiz im Fokus der HMTG: Mit Plakaten in den Verkehrsbetrieben in Zürich, Online-Werbung, Pressearbeit und weiteren Werbemaßnahmen sollen die Schweizer für die niedersächsische Landeshauptstadt begeistert werden.

*Auslandsmarketing das ganze Jahr: Die HMTG international*

Die Hannover Marketing und Tourismus GmbH ist ständig aktiv, um Besucher aus dem Ausland nach Hannover zu holen – so etwa mit Messeauftritten, Werbekampagnen, Broschüren, Pressereisen und internationaler Pressearbeit, Veröffentlichungen in internationalen Publikationen wie etwa in Airportmagazinen, Kooperationen oder Fam-Trips. Darüber hinaus spricht die HMTG über Onlineportale gezielt internationale Gäste an. Über das HMTG eigene Portal [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com) können Besucher aus aller Welt Informationen in 19 Sprachen abrufen. Präsenzen auf [www.arrivalguides.com](http://www.arrivalguides.com), [www.europeanbestdestinations.org](http://www.europeanbestdestinations.org) oder [www.germany.travel/magic-cities](http://www.germany.travel/magic-cities) bieten ebenfalls umfassende Informationen in mehreren Sprachen.

Die aktuellen internationalen Broschüren stehen unter [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com) zum Download bereit. Bildmaterial zur redaktionellen Verwendung finden Sie unter [www.hannover.de/fotownload](http://www.hannover.de/fotownload)

Pressekontakt:

Julia Sellner | Hannover Marketing und Tourismus GmbH  
Vahrenwalder Straße 7 | 30165 Hannover  
0511/123490-13 | [presse@hannover-marketing.de](mailto:presse@hannover-marketing.de)

# Presse