

S
S
E
L
P

Neue Winterkampagne

Schenk den Moment - das Gefühl - den Augenblick... Hannover!

Hannover, 18.11.2015 - Unter dem Titel „Schenk den Augenblick... Hannover!“ präsentiert sich die aktuelle Winter- und Weihnachtskampagne der Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG). Die Motive von zahlreichen Großflächenplakaten sowie die Zeitungsbeilage „Tipps und Termine“ geben dabei viele Anregungen für besondere Hannover-Erlebnisse.

Einen Blick in den festlich geschmückten Innenhof von Schloss Marienburg werfen, schöne Momente mit der Familie im Winter-Zoo genießen oder gemeinsam in die Traumwelt beim nächsten Opernball eintauchen – all das können besondere Hannover-Erlebnisse sein! Diese und weitere Ideen für kleine Auszeiten vom Alltag liefern die ausdrucksstarken Bildmotive der aktuellen Winter- und Weihnachtskampagne der HMTG. Sie macht ab dem 18. November mit über 1.000 Großflächenplakaten und Citylights von Emden bis Kassel sowie der aktuellen Zeitungsbeilage „Tipps und Termine“ (Auflage: 1,8 Mio) Lust darauf, unvergessliche Momente, Gefühle und Augenblicke zu verschenken.

„Mit der Kampagne möchten wir vor allem auch die Menschen erreichen, die auf der Suche nach dem Besonderen sind, denn genau das wollen wir ja alle mit unseren Geschenken ausdrücken“, erklärt Hans Christian Nolte, Geschäftsführer der HTMG. „An schöne, gemeinsame Erlebnisse erinnert man sich oft noch nach Jahren.“

Dabei werden nicht nur Touristen und Gäste angesprochen – auch Hannoveraner bekommen Anreize, die besonderen Orte ihrer Urlaubsregion (neu) zu entdecken und z.B. mal wieder einen Blick in die aktuelle Ausstellung im Landesmuseum zu werfen oder die internationalen Künstler des GOP Varieté Theaters zu bestaunen. In Anlehnung an die Herbst-Kampagne der HMTG „Die beste Zeit ist immer... jetzt!“ arbeitet auch die Winter-Kampagne mit Tablet-Bildschirmen, die stimmungsvolle Impressionen vielfältiger Veranstaltungen zeigen, und mit großflächigen Außenansichten der unterschiedlichen Ausflugsziele kombiniert werden. So geben die Motive einen Vorgeschmack auf viele unvergessliche Augenblicke, die hinter den Fassaden warten.

Neben den emotionalen Bildmotiven der Plakate lieferte die Zeitungsbeilage mit einem Verteilgebiet im Umkreis von ca. 250 km rund um die Urlaubsregion Hannover konkrete Tipps, Veranstaltungshinweise und über 20 Übernachtungspakete für ganz besondere Hannover-Erlebnisse. Wie wäre es z.B. mit einem Besuch des GOP Kinder-Weihnachtsmusicals „Pinocchio“ gemeinsam mit den Großeltern, mit einem Kolgentreffen auf dem Weihnachtsmarkt oder mit einem unvergesslichen Abend mit der Liebsten beim Cirque du Soleil? Die Freude an gemeinsamen Momenten und Augenblicken steht auch bei den Erlebnispaketen im Vordergrund. Mit der besten Freundin für ein Wellneswochenende ans Steinhuder Meer, mit dem Nachbarn das Konzert von Udo Lindenberg besuchen, mit der Nichte Hannover von seiner „Schokoladenseite“ kennenlernen oder beim Feuerwerk der Turnkunst den Jahreswechsel erleben – individuell zusammengestellte Übernachtungspakete bieten den Besuchern vielfältige Möglichkeiten, Hannover gemeinsam zu erleben.

Die Beilage kann unter www.hannover-tourismus.de auf Deutsch und unter www.visit-hannover.com/en in englischer Sprache heruntergeladen werden. Alle Plakatmotive der Kampagne finden Sie ebenfalls unter: www.hannover-tourismus.de. Fotos zur redaktionellen Verwendung in druckfähiger Qualität finden Sie unter www.hannover.de/presse-hmtg.

Pressekontakt:

Maike Scheunemann & Julia Sellner

Hannover Marketing und Tourismus GmbH

Telefon: 0511 123490-13 | E-Mail: presse@hannover-marketing.de