

Hannover, 13. März 2013

Pressemitteilung

Kulturerlebnisse in 9 historischen Städten

Niedersächsische Städtekooperation vermarktet Highlights 2013

Braunschweig, Celle, Göttingen, Goslar, Hameln, Hannover, Hildesheim, Lüneburg und Wolfenbüttel machen gemeinsam mit der Autostadt in Wolfsburg Lust auf kulturelle Angebote.

Hannover. „Kultur erleben und genießen“ - Unter diesem Motto bewerben neun Niedersächsische Städte und die Autostadt in Wolfsburg ihre kulturellen Highlights 2013. Erstmalig setzt die Kooperation, deren Aktivitäten bisher auf die gemeinsame Werbung im Ausland beschränkt waren, damit auch im innerhalb Deutschlands Akzente. Eine 24 Seiten umfassende Broschüre soll die Leser zu einer Kulturreise in die Städte motivieren.

2013 ist ein Jahr voller kultureller Höhepunkte. Die Broschüre gibt einen Querschnitt über das eindrucksvolle Spektrum. So eröffnet zum Beispiel in Hannover das Museum im wiederaufgebauten Schloss Herrenhausen seine Pforten. In Braunschweig finden in diesem Jahr zahlreiche Veranstaltungen zum Kulturprojekt "1913 – Braunschweig zwischen Monarchie und Moderne" statt. Hameln und Göttingen feiern „200 Jahre Grimms deutsche Märchen-sammlung“.

„Die Städte präsentieren sich als Zentrum der kulturellen Vielfalt in Niedersachsen“, erläutert Hans Nolte, Sprecher der Marketing-Kooperation und Geschäftsführer der Hannover Marketing & Tourismus GmbH, das Projekt. Ziel sei es nicht nur Gäste aus anderen Regionen zu gewinnen, sondern auch den kulturellen Austausch zwischen den Städten zu fördern, so Nolte.

Die Broschüre erscheint in einer Auflage von 130.000 Exemplaren am morgigen Donnerstag und wird unter anderem als Beilage der Wochenzeitschrift „Die Zeit“ in Niedersachsen, Hamburg, Bremen und Schleswig-Holstein verteilt. Zu dem ist die Broschüre auch in allen Tourist- Informationen der beteiligten Städte erhältlich. Beworben werden die "Kulturerlebnisse" auch auf über 300 Plakatflächen, die in den norddeutschen Bundesländern auf das Projekt aufmerksam machen sollen. Finanziert wurde die Plakatierung gemeinsam von der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und der Hannover Marketing & Tourismus GmbH.

Der Fokus der Arbeit der Städtekooperation lag bisher auf der Vermarktung im Ausland. „Durch die gemeinsame Finanzierung von Vermarktungsprojekten im europäischem Ausland wurden Synergien effektiv genutzt“, erklärt Nolte. Das soll sich auch zukünftig nicht ändern: So ist die Bewerbung der kulturellen Highlights mit entsprechenden Reiseangeboten auch in den Nachbarländern geplant, zum Beispiel in einer Zeitungsbeilage in Dänemark im Mai.

Wichtig ist es für Nolte, auf die Bedeutung des Städtetourismus aufmerksam zu machen. Er sieht die Städte als Treiber der touristischen Entwicklung in Niedersachsen. „In den guten Übernachtungszahlen der vergangenen Jahre spiegelt sich eine langfristige Tendenz wider. Städtetourismus ist im Trend“, erläutert Hans Nolte. Betrachtet man die Statistiken, so verzeichneten die Städte in den vergangenen zehn Jahren gemeinsam eine Steigerung bei den Übernachtungszahlen von über 40 Prozent.

Die Marketingkooperation „die_9 Städte in Niedersachsen“ existiert bereits fast 30 Jahre. Seit 1984 werben Braunschweig, Celle, Göttingen, Goslar, Hameln, Hannover, Hildesheim, Lüneburg und Wolfenbüttel insbesondere in den europäischen Nachbarländern gemeinsam. Im Jahr 2010 trat die Auto-stadt in Wolfsburg der Kooperation bei. Wichtigstes Ziel der Aktivitäten ist die Steigerung des Bekanntheitsgrades der Mitgliedsstädte sowie die Erhöhung der Gäste- und Übernachtungszahlen durch gezielte Ansprache, Werbung und Akquisition von Reisemittlern und Endverbrauchern.

Pressekontakt:

Petra Sievers
die_9 Städte in Niedersachsen
c/o Hannover Marketing und Tourismus GmbH
Vahrenwalderstraße 7
D - 30165 Hannover
Tel.: +49-(0)511-16849746
E-mail: 9cities@hannover-tourismus.de
Internet: www.9staedte.de oder www.9cities.de