

e
s
s
e
P

Pressemitteilung

Mach Dir Dein Bild – Hannover unverwechselbar

Der Startschuss für die neue HMTG-Sommerkampagne ist gefallen!

Jung, modern und ganz individuell – die aktuelle Werbekampagne der Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG) liegt voll im Trend: Ausdrucksstarke Selfie-Plakatmotive zeigen Touristen die einmaligen Sehenswürdigkeiten und versteckten Ecken der Stadt.

Werbeaktionen, um die moderne und lebhafte Seite von Hannover in Szene zu setzen und so junge Leute in die Stadt an der Leine zu locken, wurden bereits im letzten Jahr mit dem Guide für junge Leute „Hannover unverwechselbar“ gestartet. Der Guide beschreibt Hannovers individuelle Stadtteilkulturen und hält jede Menge Tipps für urige Kneipen, Boutiquen und Szeneclubs parat, die zu einem Streifzug durch List, Linden und Co. animieren.

Mit der Sommerkampagne 2014 werden die Werbemaßnahmen nun fortgesetzt. Unter dem Motto „Mach Dir Dein Bild – Hannover unverwechselbar“ werden Hannovers schönste Ecken präsentiert. Die Plakatmotive zeigen Selfies vor bekannten Orten in der Landeshauptstadt. Sie machen Lust die Stadt an der Leine auf eigene Faust zu erkunden. Das Selfie ist ein mit dem Handy selbstgeschossenes Portrait, das später in den sozialen Netzwerken wie zum Beispiel Facebook veröffentlicht wird. Es ist aber nicht nur ein Bild von sich selbst – es ist eine Botschaft. Der ganzen Welt wird gezeigt wie man aussieht, was man macht, mit wem und wo man gerade unterwegs ist. Genau diese Funktion sollen die Selfies auch bei der aktuellen Werbekampagne übernehmen. Die individuellen Schnappschüsse zeigen Hannovers Lieblingsecken und Sehenswürdigkeiten, die es zu entdecken gilt!

„Wir möchten aktuelle Medientrends nutzen, um Hannovers schönste, aber auch verborgene Seiten unseren Gästen zu präsentieren. Unsere Botschaft ist: Besuchen Sie Hannover, um sich ein persönliches Bild vom Potential unserer Stadt machen zu können. Es gibt immer wieder neue Ecken zu erkunden und unterschiedlichste Events zu erleben. Die HMTG und auch die Bewohner der Stadt helfen Ihnen gerne dabei, ihre persönlichen Highlights zu finden,“ betont Hans Christian Nolte, Geschäftsführer der Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG).

Die Sommerkampagne lädt auch die Bewohner ein, Selfies vor ihren Lieblingsplätzen in der Region Hannover zu machen und diese an folgende Emailadresse zu schicken: sommerfoto@hannover-marketing.de. Die schönsten Bilder werden im Anschluss auf www.hannover.de/selfie veröffentlicht. Sie dienen als Wegweiser, um Touristen zu den faszinierendsten Sehenswürdigkeiten und an noch verborgene Plätze zu führen. Die Hannoveraner zeigen ihre Heimat aus ihrem ganz eigenen Blickwinkel und geben Insidertipps an interessierte Besucher weiter. Auf die originellsten Bilder wartet am Ende eine Siegerprämie von 3x150€. Einsendeschluss ist der 30. September 2014.

Ab sofort startet die Werbeoffensive mit 60 innerstädtischen sowie 1.600 bundesweiten Großflächenplakaten, die auf touristische Highlights Hannovers aufmerksam machen. Geworben wird unter anderem in Ostfriesland, Hamburg, Bremen, in Teilen von NRW und typischen Unistädten wie Jena oder Münster. Weitere Werbemaßnahmen in Hannover laden mit 190 Plakaten in Zügen und S-

e
s
s
e
l
P

Bahnen sowie 22 Heckflächenplakate an den Stadtbussen dazu ein, die junge, lebhafte Seite der Stadt zu entdecken. Im August sind die verschiedenen Motive auch in über 100 bundesweiten ICE Zugverbindungen auf „Ihr Reisefahrplan“ zu sehen. Neben Anzeigen in städtischen Magazinen wie „Public“ in Hildesheim, werden ab Ende Juli 20.000 Postkarten in über 400 Locations der Region Hannover verteilt sowie den Szenemagazinen deutscher Städte beigelegt. Werbung auf Internetportalen wie HAZ, NP und Bild.de runden die umfangreiche Kampagne ab.

Auf allen Werbemedien befindet sich ein „Home“ Button – das Logo der Werbekampagne vom [kre|H|tiv] Netzwerk Hannover e.V.. Unter dem Motto „Home-Hannover loves me“ wurde vor vier Wochen ein eigens komponierter Song für die Stadt veröffentlicht und ein großes Filmprojekt auf die Beine gestellt. Das Ziel dieser Kampagne ist es zu zeigen, dass sich die Hannoveraner in ihrer Stadt wohlfühlen und andere dazu einladen dieses Heimatgefühl mit ihnen zu teilen. Dieses Gemeinschaftsprojekt von 100 beteiligten Künstlern und Firmen möchte die HMTG im Rahmen ihrer eigenen Sommerkampagne überregional bekannt machen – so wird kooperativ für die Stadt an der Leine geworben.

Hannover – jung, modern und lebendig

Hannover ist jung, modern und voller Leben. Von den über 500.000 Einwohnern leben hier rund 33.000 Studierende. Sie schätzen den Facettenreichtum ihrer Stadt, die 1.300 Kneipen und zahlreichen Veranstaltungen, die ihre Heimat in eine moderne Kultszene verwandeln.

In Hannover ist immer etwas: Der vollgepackte Veranstaltungskalender bietet das ganze Jahr über aufregende Eventhighlights. Die Niedersächsische Landeshauptstadt feiert mit mehreren hundert Städten weltweit am 21. Juni die Fête de la Musique. Dieses weltgrößte Musikfest für Toleranz und Völkerverständigung lockte 2014 über 150.000 Gäste in Stadt an der Leine. Als „kleines Woodstock“ von Hannover bekannt, ist auch das Fährmannsfest als größtes alternatives Open-Air Festival besonders beliebt. Im Sommer weht hier während des besucherstärksten Volksfestes von Norddeutschland – dem Maschseefest – eine frische Seebriese. Ein einmaliges Open-Air Kinoerlebnis bietet das Seh-Fest im August mit den aktuellsten Blockbustern, Publikumslieblingen und bewährten Klassikern unterm Sternenhimmel.

Für alle, die eine dieser Veranstaltungen für eine Reise nach Hannover nutzen möchten, hat die HMTG Gruppenarrangements und Übernachtungspakete zusammengestellt. Eine Übersicht gibt es unter www.hannover.de/erlebnispakete. Speziell für junge Leute: Das Übernachtungspaket „Hannover – First Date“ ermöglicht einen günstigen Aufenthalt in der Stadt an der Leine.

Die digitale Broschüre „Hannover unverwechselbar –Guide für junge Leute“ sowie weitere Pressemitteilungen und Fotos finden Sie unter www.hannover.de/presse_hmtg.

Pressekontakt:

Lisa Ulsamer | Hannover Marketing und Tourismus GmbH
Vahrenwalder Straße 7, 30165 Hannover
+49 (0) 511/123490-13 | presse@hannover-marketing.de