

E  
S  
S  
E  
P

Hannover, 7. November 2014

## Pressemitteilung

Die HMTG wirbt in der Luft und auf der Schiene

**Gebündelte Kräfte für Hannover: Die Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG) wirbt in Kooperation mit dem Hannover Airport europaweit für die Vielfalt der Urlaubsregion Hannover. Zeitgleich findet eine Werbeoffensive in den ICEs der Deutschen Bahn statt.**

Ob im Flugzeug oder im Zug: Reisende kommen demnächst an Hannover kaum noch vorbei! Ab kommender Woche liegen in allen 17 Flugzeugen der Fluggesellschaft Iberia Express einen Monat lang Hannover-Imagebroschüren in spanischer Sprache aus. Anlass der Zusammenarbeit ist die Einführung der neuen Direktverbindung zwischen Hannover und Madrid: Ab sofort fliegt Iberia Express dreimal in der Woche von der spanischen Hauptstadt nach Hannover und zurück.

Die 16-seitige Broschüre gibt einen Überblick über die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten in der Urlaubsregion und den „9 Städten in Niedersachsen“, liefert touristische Tipps und informiert sowohl über den Wirtschafts-, Wissenschafts- und Gesundheitsstandort als auch über die Messe- und Kongressstadt. Sie liegt nicht nur auf den Flügen zwischen Madrid und Hannover aus, sondern wird im gesamten Streckennetz von Iberia Express, beispielsweise auf den Flügen nach Amsterdam, Dublin, Stockholm, Kopenhagen oder die Kanaren, verteilt.

Zusätzlich streut die HMTG das Magazin mit einer Ansicht vom Schloss Herrenhausen auf dem Titel in einer Gesamtauflage von rund 150.000 Stück in Madrid. Am 21. und 22. November liegt es der „El País“, einer der größten Tageszeitungen in Spanien, und der „ABC“, einer ebenfalls in Spanien führenden Tageszeitung, bei.

„Aufgrund der Wirtschaftskrise in Spanien sind die Besucherzahlen in den letzten Jahren rückläufig. Mit unserer Werbeaktion möchten wir diesem Trend entgegenwirken und Lust auf einen Besuch in der Region Hannover und den „9 Städten“ machen“, erklärt Hans Christian Nolte, Geschäftsführer der HMTG und Sprecher der Städtekoporation „die\_9 Städte in Niedersachsen“.

„Durch die neue Direktverbindung nach Madrid und damit auch den Anschluss an das Netzwerk der Iberia Gruppe mit zahlreichen Zielen in Spanien und Lateinamerika wird Hannover für viele Gäste als Tor nach Norddeutschland interessanter“, ergänzt Flughafenchef Dr. Raoul Hille. „Dank seiner zentralen Lage und seinem umfassenden Streckenangebot ist der Hannover Airport für alle Gäste, die geschäftlich oder privat Deutschlands Norden besuchen, die erste Adresse. Kurze Wege und ein umfassendes Serviceangebot sorgen dafür, dass sie die Reise in die Region ganz entspannt beginnen können. Mit der Werbeoffensive der HMTG können wir den ausländischen Gästen zeigen, wie viel die Messestadt Hannover zu bieten hat.“

Mit Folge-Kooperationen wollen die Hannover Marketing und Tourismus GmbH und der Hannover Airport die internationale Bewerbung Hannovers in weiteren Märkten fortführen: So ist etwa auch die Auslegung von Broschüren in den

E  
S  
S  
E  
P

Maschinen der Fluggesellschaft Aeroflot geplant, die täglich Direktflüge zwischen Moskau und Hannover anbietet.

„Hannover ist ein Drehkreuz für Reisende in Europa – sowohl der Airport Hannover mit seinem umfangreichen Angebot als auch der Hauptbahnhof tragen bedeutend dazu bei, dass sich die Landeshauptstadt als Messe- und Kongressstandort in der Mitte Europas im internationalen Wettbewerb behaupten kann. Wir nutzen diese neuralgischen Punkte, um unsere Werbebotschaften bundes- und europaweit zu transportieren“, erklärt Nolte.

### ***Werbeoffensive in den ICEs der Deutschen Bahn***

So startet die HMTG im November zudem eine Werbeoffensive in den ICEs der Deutschen Bahn: Auf rund 2.000 Werbeflächen, darunter sogenannte Train-Light-Poster (hinterleuchtete, großformatige Werbeflächen), werden in etwa 70 ICEs ein Jahr lang die Themenbereiche „[Messe- und Kongressstandort](#)“, „[Wirtschaftsstandort](#)“, „[Wissenschaftsstandort | „Gesundheitswirtschaft“](#)“, „[Vielfältiges Kulturangebot](#)“ und „[Grüne Metropole | Wohn-/Lebensqualität](#)“ kommuniziert. Ziel der Fotocollagen ist es, die Vielfalt Hannovers zu illustrieren und auf die Attraktivität als „Ideale Stadt/Region“ und „Raum für Innovation“ aufmerksam zu machen. Bis zu 23 Millionen Fahrgäste können in einem Jahr durch die Standort-Werbung erreicht werden.

„Hannover hat alles, was eine pulsierende Großstadt ausmacht: ein vielfältiges kulturelles Angebot, unzählige Veranstaltungshighlights, eine lebendige Stadtteilkultur, tolle Ausgeh- und Shoppingmöglichkeiten. Gleichzeitig ist Hannover besonders grün, eine Stadt der kurzen Wege – und sehr lebenswert. Durch ein hervorragendes Nahverkehrssystem sind die 21 Kommunen der Region Hannover bestens vernetzt – und Erlebnis- und Erholungsmöglichkeiten dicht beieinander. Zudem ist Hannover eine Messe- und Kongressstadt mit internationalem Flair, Wirtschaftsstandort und Stammsitz von zahlreichen Weltkonzernen, ein Ort für Forschung und Wissenschaft und besonders stark im Bereich Gesundheitswirtschaft. All das transportiert unsere Werbung“, resümiert Nolte.

### *Das ganze Jahr europaweit unterwegs: „die\_9 Städte in Niedersachsen“*

Mit ihren aktuellen Werbemaßnahmen im europäischen Ausland knüpft die HMTG an die Marketingaktivitäten der Städtekooperation „die\_9 Städte in Niedersachsen“ an. Die Mitgliedsstädte Braunschweig, Celle, Göttingen, Goslar, Hameln, Hannover, Hildesheim, Lüneburg und Wolfenbüttel vermarkten sich gemeinsam mit der Autostadt in Wolfsburg in den europäischen Nachbarländern. Neben dem Besuch von Reisemessen und Fachveranstaltungen steht die Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern, Fährlinien und Fluggesellschaften sowie Reisejournalisten im Mittelpunkt der Aktivitäten. Durch die Verknüpfung verschiedener attraktiver Destinationen sollen ausländische Gäste zu einer Städtereise nach Niedersachsen motiviert werden.

Unter [www.visit-hannover.com/ice](http://www.visit-hannover.com/ice) finden Interessierte alle fünf Plakatmotive sowie weiterführende Informationen zu den verschiedenen Themengebieten. Einen Überblick über die Vielfalt Hannovers sowie die Hannover-Beilage erhalten spanische Besucher unter [www.hannover.de/es](http://www.hannover.de/es). Informationen in 18 Sprachen für alle Hannoverbesucher sind zu finden unter [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com).

Die Kampagnenmotive aus den ICEs stehen hier zum [Download](#) bereit.  
Die vollständige Presseinfo, allgemeine Hannover-Bilder und weitere  
Pressetexte können unter [www.hannover.de/presse\\_hmtg](http://www.hannover.de/presse_hmtg) heruntergeladen  
werden.

**Pressekontakt:**

Julia Sellner | Hannover Marketing und Tourismus GmbH  
Telefon: 0511 123490-13 | E-Mail: [presse@hannover-marketing.de](mailto:presse@hannover-marketing.de)