

Hannover, 30. Juni 2022

Hannover - Sommerkampagne: Sehnsucht nach...

**... Live-Erlebnissen, Kultur, Geselligkeit, Musik, Erlebnissen
am Wasser und in der Natur, Stadtleben und Familienevents.**

Die aktuelle Sommerkampagne der Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG) startet am 1. Juli und präsentiert die Urlaubsregion Hannover als vielfältiges Reiseziel für den Sommer. Nach der internationalen Frühjahrskampagne „Urlaub in Deutschland – Visit Hannover“ setzt die HMTG ihre Aktivitäten im Bereich Freizeittourismus damit im Sommer fort.

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen Motive, die einmalige Sehnsuchtsorte und besondere Erlebnisse in der Urlaubsregion Hannover zeigen. Mit Aufnahmen aus dem Gartentheater in den Herrenhäuser Gärten, der Seebühne am Steinhuder Meer oder der Bootsfahrt auf dem Sambesi im Erlebnis-Zoo ruft die Kampagne in Erinnerung, was viele Menschen in den letzten zwei Jahren vermisst haben. Live-Musik unter freiem Himmel, mit Freunden die Abendstimmung in der Beach-Bar genießen, gemeinsame Events mitten in der Stadt besuchen oder mit dem Kanu auf Sightseeing-Tour durch die Altstadt gehen – diese Sehnsüchte werden in der Urlaubsregion Hannover erfüllt!

Hans Nolte, Geschäftsführer der HMTG, zur aktuellen Sommerkampagne: „Die Erfahrungen aus den letzten zwei Jahren und die steigende Nachfrage seit Beginn des Jahres haben gezeigt, dass Urlaub in Deutschland weiterhin attraktiv ist. Besonders Kurzurlaube und Städtetrips werden kurzfristig gebucht – passend dazu bieten wir jetzt mit unseren ‚Sehnsucht nach...‘ - Motiven vielfältige Anlässe für eine Reise in die Region Hannover. Endlich wieder gemeinsam mit der Familie etwas erleben, Kultur und Live-Musik genießen oder ins Stadtleben eintauchen, es gibt zahlreiche Angebote.“

Die Sommerkampagne startet am 1. Juli mit Social-Media-Aktivitäten und Advertorials in Reisemagazinen und Reisebeilagen ausgewählter Tageszeitungen in Niedersachsen, Bremen, Nordrhein-Westfalen, Österreich und der Schweiz. Zeitgleich starten Interstitials und Online-Anzeigen in ausgewählten Zeitungstiteln sowie auf Internetseiten rund um die Themen Reise, Kultur und Aktuelles. Mitte Juli beginnt dann die Plakatierung der insgesamt 12 unterschiedlichen Motive an rund 180 Großflächen, 120 Ganzsäulen

sowie 550 City-Light Plakatflächen. Kassel, Berlin, Frankfurt, Göttingen, Münster, Bremen, Osnabrück und Oldenburg bilden dabei den geografischen Schwerpunkt der Werbeoffensive. Ab Ende Juli schließt sich eine Plakatierung in zwei ICE-Zügen an, die bis Ende September im bundesweiten Fernverkehr unterwegs sind.

eMagazine und Broschüren

Ein weiterer wichtiger Baustein im Rahmen des zielgruppen-spezifischen Tourismus-Marketings sind die neuen eMagazine und Broschüren mit Informationen, Tipps und aktuellen Angeboten. Die neue Ausgabe des Hannover Living eMagazin #13 versorgt junge Städtereisende mit vielen Events, Konzerten, Festivals und Veranstaltungen für heiße Tage und laue Abende. Der Guide „Hannover inside – nachhaltig unterwegs“ gibt Tipps zu regionalen Angeboten in den vielfältigen Stadtteilen, Graffiti-Rundgängen und Beach-Bars in der grünen Großstadt. Die Broschüren zum Steinhuder Meer und dem Höhenzug Deister geben Infos zu Ausflugszielen, sportlichen Erlebnissen, Wander- und Radtouren sowie gastronomischen Angeboten.

Die speziellen Sommer Erlebnispakete der HMTG bieten darüber hinaus Rundum-Sorglos Angebote z.B. zum Maschseefest, zum Besuch im Erlebnis-Zoo, zum Internationalen Feuerwerks-wettbewerb oder zum Kleinen Fest im Großen Garten – Übernachtung inklusive.

Weitere Information finden Sie direkt unter:

www.visit-hannover.com

Pressekontakt:

Maike Scheunemann
Hannover Marketing und Tourismus GmbH
Vahrenwalder Straße 7
30165 Hannover
0511 - 123490-26
presse@hannover-marketing.de