

08.03.2016 - 12:18 Uhr

Internationale Tourismusbörse Berlin / ITB: Hannover präsentiert sich ganz persönlich

Hannover (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/pm/42831/3271083> -

Die Hannover Marketing und Tourismus GmbH wirbt im Umfeld der Internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin mit Insider-Tipps, Blicken hinter die Kulissen, Urbanität, Veranstaltungen und Naturerlebnissen.

Hannover inside: Ein Beachclub mit 360° Panorama über den Dächern der Altstadt, Stadtteilplätze mit lässigen Cafés, Bars, legendäre Clubs, die Nanas in der City, der Eisbär in Yukon Bay im Erlebnis-Zoo Hannover - diese und viele weitere große, farbenfrohe Ansichten laden ab sofort besonders auch junge Touristen in die Urlaubsregion Hannover ein.

In der lebendigen City der niedersächsischen Landeshauptstadt trifft man sich zum Shoppen an der historischen Kröpcke-Uhr oder "unterm Schwanz", der Reiterstatue vor dem Hauptbahnhof - damit beginnt der neue Pocketguide "Hannover unverwechselbar". Er gibt zahlreiche Insider-Tipps zu Shopping, kulinarischen Stadttouren, Kultur und Freizeit-Angeboten, wie Mountainbiken oder Klettern. Dabei richtet sich der Blick auf die angesagten Stadtteile: Im bunten, turbulenten Linden machen Lebenskünstler die Straßen zum Wohnzimmer. In der Nordstadt gleich hinter der Uni sorgen die vielen Studenten für friedliche Entspannung. Im Altbauviertel List wiederum findet man schicke Boutiquen und Weinlokale und die Südstadt schließlich punktet mit dem Maschsee und ihren schönen Stadtteilplätzen.

Der neue Pocketguide "Hannover unverwechselbar" ist mit einer Gesamtauflage von 300.000 Exemplaren in deutscher und englischer Sprache erschienen. Verteilt wird er dort, wo sich die junge Zielgruppe in Berlin aufhält: in Bars und Cafés, Kinos und Fitnessstudios, im Fernbus oder in Hotels. Weitere Informationen unter: www.hannover.de/unverwechselbar

"Morgens in die Herrenhäuser Gärten, mittags einen Snack in einer hannöverschen Kaffeerösterei in der Nordstadt, danach die Sonne an der Ihme genießen, um dann in einer Street Kitchen das Leben auf der Limmerstraße zu beobachten. Am nächsten Tag zur Ausstellungseröffnung in die kestnergesellschaft, bevor es auf Shopping-Tour geht - das sind die Hotspots junger Städtereisende. Authentisch, unverfälscht, entspannt: Da hat die Urlaubsregion viel zu bieten; vom Strandleben, über Hochseilgärten, bis hin zum Kite-Wochenende am Steinhuder Meer" erklärt Hans Christian Nolte, Geschäftsführer der Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG) die Ausrichtung des diesjährigen Tourismusjahres 2016.

Unter www.hannover.de/bloggers gibt es mittlerweile zahlreiche Berichte nationaler und internationaler Reiseblogger, die bereits in Hannover zu Gast waren und ihre ganz persönlichen Eindrücke festgehalten haben.

Neue App - "Hannover Living"

Für alle, die die aktuellen und angesagten Stadtteiltipps immer dabei haben möchten, ist ab sofort die App "Hannover Living" im Google Play Store oder Apple Store zu finden. Sie bietet noch mehr Insider-Tipps, neue gastronomische Angebote sowie aktuelle Nightlife- und Party- Veranstaltungen. Durch die Einbindung eines Kartensystems kann man sich direkt zur Wunschlocation navigieren lassen. Zur Sommersaison werden weitere Stadtteile und Sprachversionen fertig gestellt.

Werbeoffensive zur ITB

Zum ersten Fachbesucher-Messtag der ITB am 9. März liegen rund 30.000 Exemplare der umfangreicheren, eigens für die ITB erstellten Imagebroschüre "Hannover unverwechselbar" in den ICE Zügen auf dem Weg nach Berlin aus. Diese Broschüre präsentiert neben den Stadtteiltipps des Pocket Guides mit bunten und erfrischenden Impressionen weitere Highlights und Sehenswürdigkeiten der Region Hannover, aktuelle Veranstaltungen und attraktive Erlebnispakete für den nächsten Hannover Besuch. www.visit-hannover.com/itb

9 Städte in Niedersachsen inside: Im ITB-Sonderheft befindet sich der Einleger "magic" der "9 Städte in Niedersachsen". Hier stellen die Mitgliedsstädte Events und Festivalhighlights wie das lunatic Festival in Lüneburg, das Altstadtfest in Wolfenbüttel, das Kneipenfestival Honky Tonk in Goslar oder die Movimentos Festwochen in der Autostadt in Wolfsburg vor.

Parallel dazu zeigen im März insgesamt 1 Mio Reisefahrpläne von 50 ICE-Verbindungen Fotos vom Erlebnis-Zoo, den Nanas und dem Maschseefest, gepaart mit Shopping-Impressionen.

In Berlin angekommen machen Großflächenplakate am Hauptbahnhof und an den Messebahnhöfen, Spots im Fahrgastfernsehen der Berliner U-Bahnen sowie Groundposter auf den Wegen zum Messegelände Lust auf einen Hannover Besuch. Promotion-Teams vor den Eingängen der Messe Berlin verteilen passend dazu den Pocket-Guide "Hannover unverwechselbar".

Übernachtungszahlen: Rekordjahr 2015

Event-Highlights wie der Internationale Feuerwerkswettbewerb, das Maschseefest, das größte Schützenfest der Welt oder die

Weihnachtsmärkte ziehen alljährlich viele Gäste nach Hannover. 2015 konnte Hannover das bisherige Rekordjahr 2011 toppen und landet mit einem Plus von 7,2 Prozent bei 2.232.282 Übernachtungen für die Landeshauptstadt Hannover und bei 3.866.030 Übernachtungen für die gesamte Region Hannover.

Fotos zur redaktionellen Verwendung und weitere Presseinformationen und -texte finden Sie unter www.hannover.de/presse-hmtg. Alle Informationen rund um den Hannover-Aufenthalt sind unter www.visit-hannover.com abrufbar.

Kontakt:

Maike Scheunemann
Hannover Marketing und Tourismus GmbH
Vahrenwalder Straße 7, 30165 Hannover
Telefon: 0511/123490-26
E-Mail: presse@hannover-marketing.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017440/100785020> abgerufen werden.