

04.03.2022 - 11:00 Uhr

## Urlaub in Deutschland - Visit Hannover



Hannover (ots) -

**Die Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG) startet im März ihre nationale und internationale Frühjahrskampagne unter dem Motto "Urlaub in Deutschland".**

Oasen entdecken, das Stadtleben in den Stadtteilen fühlen, Kultur und Kulinarik erleben - das sind die Kernaussagen der aktuellen Marketingaktivitäten. Markante Bilder von den Herrenhäuser Gärten, dem Steinhuder Meer, dem Maschsee, der Altstadt oder Schloss Marienburg zeigen dabei die zahlreichen Möglichkeiten und Stärken der Urlaubsregion Hannover. Hier trifft Urbanität auf entspanntes Leben im Grünen - genau diese Vielfalt macht einen Besuch oder Kurzurlaub für Familien, Kunst- und Kulturinteressierte sowie aktive Menschen so attraktiv. Dabei bietet die gesamte Urlaubsregion Hannover im Frühling und Sommer eine Fülle von Erlebnissen.

Hans Nolte, Geschäftsführer der HMTG, zu den aktuellen Aktivitäten: "Mit unserer ersten Tourismuskampagne in diesem Jahr haben wir sehr kurzfristig auf die Reiseerleichterungen in unseren Nachbarländern reagiert. Unsere vielseitigen Angebote rund um die Themen Kultur, Naturerlebnisse, Stadtleben und Kulinarik treffen direkt den derzeitigen Trend und die Anforderungen an einen Städtetrip. Der aktuelle Verlauf der Pandemie stimmt uns sehr zuversichtlich, dass auch durch Veranstaltungen wie das Maschseefest, das Schützenfest oder das Kleine Fest im Großen Garten die Nachfrage für den Sommer rasant steigen wird."

Regionspräsident Steffen Krach freut sich ebenfalls auf zahlreiche Gäste: "In den vergangenen zwei Jahren konnten viele Menschen aufgrund der Pandemie wenig oder gar keinen Urlaub machen. Jetzt wollen wir endlich wieder loslegen. Die Hannover Marketing und Tourismus Gesellschaft legt mit ihrer Frühjahrskampagne den Startschuss, um nationale und internationale Touristen in unsere schöne Region zu locken. Ein Zeichen in Richtung Öffnung und ein Stück Rückkehr der Normalität."

Die Frühjahrskampagne umfasst Plakat- und Printwerbung sowie Online- und Social-Media-Aktivitäten in Norddeutschland, den Niederlanden, Dänemark sowie in Österreich und der Schweiz. An insgesamt rund 400 Großflächen, Ganzsäulen und CityLightPostern in Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen und Nordrhein-Westfalen sind die unterschiedlichen Motive im März zu sehen. Online-Anzeigen und Advertorials auf den Seiten der größten Tageszeitungen und Reisemedien in den Niederlanden und Dänemark präsentieren Hannover als attraktives Reiseziel für den nächsten Urlaub in Deutschland. Darüber hinaus beteiligt sich die HMTG an der Jahresauftaktkampagne der Deutschen Zentrale für Tourismus unter dem Motto #duitslanddichtbij in den Niederlanden und Belgien.

In Österreich und der Schweiz bilden Reisemagazine sowie Online-Reiseplattformen den Kern der Marketingaktivitäten. Social Media-Anzeigen und Google-Adwords-Kampagnen sind darüber hinaus wichtiger Bestandteil der Frühjahrskampagne. Ziel der

Marketingaktivitäten ist es, die Aufmerksamkeit für die Region Hannover als Reiseziel auf nationaler und internationaler Ebene zu steigern und so den Tourismus zu fördern.

Weitere Information finden Sie unter: [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com)

Pressekontakt:

Maike Scheunemann  
Hannover Marketing und Tourismus GmbH  
Vahrenwalder Straße 7  
30165 Hannover  
0511 - 123490-26  
[presse@hannover-marketing.de](mailto:presse@hannover-marketing.de)

Medieninhalte



*Urlaub in Deutschland - Visit Hannover / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/42831](http://www.presseportal.de/nr/42831) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017440/100886006> abgerufen werden.