

Pressemitteilung

Hannover, 4.3.2014

Doppelter Grund zum Feiern: Hannover freut sich über 30 Jahre „9 Städte“ und 300 Jahre Personalunion

Die Städte-Kooperation „Die 9 Städte in Niedersachsen“ feiert auf der Internationalen Tourismus-Börse Berlin (ITB) ihr 30-jähriges Bestehen. Für royalen Glanz und britisches Flair sorgt das 300. Jubiläum der Personalunion.

Auf der diesjährigen Internationalen Tourismus Börse in Berlin hat Hannover gleich doppelt Grund zum Feiern: Niedersachsens erfolgreiche Marketing-Kooperation „die_9 Städte in Niedersachsen“ begeht ihr 30-jähriges Bestehen. 1984 präsentierte sich der Zusammenschluss der historischen Städte erstmals öffentlich auf der ITB, nun blickt die Städte-Kooperation bereits auf drei Jahrzehnte voller gemeinsamer Aktivitäten im europäischen Ausland zurück. Darüber hinaus zelebriert Hannover dieses Jahr das 300. Jubiläum der Personalunion. Die 123-jährige Phase, in der das Kurfürstentum Hannover und das Königreich Großbritannien durch einen gemeinsamen König miteinander verbunden waren, ist Anlass für vielfältige Feierlichkeiten und Veranstaltungen. Und die sorgen für jede Menge britisches Flair in der niedersächsischen Landeshauptstadt.

„2014 wird ein spannendes Tourismus-Jahr, das mit royalem Glanz, britischer Atmosphäre und vielfältigen hochkarätigen Events dazu einlädt, die Urlaubsregion Hannover und die umliegenden Städte zu bereisen und kennenzulernen“, sagt Hans Christian Nolte, Geschäftsführer der Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HMTG).

30 trifft 300

„Very British“ wird es etwa bei der Niedersächsischen Landesausstellung „Hannovers Herrscher auf Englands Thron 1714 -1837“, der CeBIT mit Großbritannien als Partnerland oder dem Internationalen Feuerwerkswettbewerb Herrenhausen mit englischem Team. Spannende Ausstellungen, Konzerte und Kulturveranstaltungen wie eine eigens komponierte Oper, eine Modenschau, ein hannoversch-britischer Renntag oder ein englisches Gartenfestival machen darüber hinaus die Zeit lebendig, als die Royals aus Hannover kamen. Auch in vielen weiteren niedersächsischen Städten, so etwa in Celle, weht anlässlich des royalen Jubiläums der Union Jack.

Klar, dass auch auf der ITB das 300. Jubiläum der Personalunion eine Rolle spielt. So informieren die Mitgliedsstädte der Marketing-Kooperation „die 9 Städte“, allen voran Hannover, nicht nur an ihren Messeständen in Halle 6.2 a über das britische Jahr, auch die pünktlich zur ITB erschienene gemeinsame Broschüre „Kulturerlebnisse 2014“ macht in einer Auflage von 85.000 Stück in ganz Deutschland Lust auf herrschaftliche Kulturerlebnisse.

Werbung zum Geburtstag

Und auch der 30. Geburtstag der 9 Städte ist während der ITB nicht zu übersehen: Über 20 Großflächenplakate am Hauptbahnhof und an den S-Bahnhöfen in Berlin machen auf die Mitgliedsstädte und die Autostadt aufmerksam. Zudem laden Groundposter an den Messebahnhöfen und Halleneingängen zu einem Besuch am Stand ein. Begleitet wird die Plakatierung von einer Anzeigenkampagne u.a. auf dem DB-Fahrplan „Ihr Reiseplan“ in einer Auflage von 750.000 Exemplaren. Eine eigens für die ITB herausgegebene Broschüre liegt am Starttag, dem 5. März, in einer Auflage von rund 22.500 Stück deutschlandweit in den ICEs aus. Zusätzlich wird sie in 300 Berliner Hotels sowie auf dem Messegelände verteilt.

Gemeinsam erfolgreich: Die 9 Städte

Unter dem Namen „die 9 Städte in Niedersachsen“ werben Braunschweig, Celle, Göttingen, Goslar, Hameln, Hannover, Hildesheim, Lüneburg und Wolfenbüttel seit 1984 insbesondere in den europäischen Nachbarländern gemeinsam für den niedersächsischen Städtetourismus. 2011 trat die Autostadt in Wolfsburg der Kooperation bei. „Die Mitgliedsstädte sind die Konstante des Tourismus in Niedersachsen und Kultur-Botschafter im europäischen Ausland“, sagt Hans Christian Nolte, der auch Sprecher der 9 Städte ist.

Das macht sich auch an den konstant hohen Übernachtungszahlen in den Mitgliedsstädten bemerkbar. Bei den Gästeübernachtungen aus dem Ausland lässt sich 2013 eine Steigerung von 1,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. In Hannover hat sich trotz der teils schwierigen wirtschaftlichen Lage im europäischen Ausland die Zahl der Übernachtungen von ausländischen Besuchern sogar um 2,2 Prozent erhöht. „Der Messe- und Kongressstandort Hannover zeigt sich stark“, freut sich Nolte.

Mit insgesamt 2,08 Millionen Gästeübernachtungen aus dem In- und Ausland übertrifft die niedersächsische Landeshauptstadt erneut den erstmals 2011 gebrochenen Expo-Rekord von 2,03 Millionen Gästeübernachtungen.

Fotos zur redaktionellen Verwendung und weitere Presseinformationen und -texte finden Sie unter www.hannover.de/presse_hmtg und www.9staedte.de .

Alle Informationen rund um den Hannover-Aufenthalt sind unter www.visit-hannover.com und www.hannover-tourismus.de abrufbar.

Bildmaterial zum britischen Jahr in Hannover finden Sie im Presseportal unter <http://www.presseportal.de/pm/42831/2629203/very-british-hannover-steht-2014-ganz-im-zeichen-des-union-jack-foto>

Pressekontakt:

Julia Sellner
Hannover Marketing und Tourismus GmbH
Vahrenwalder Straße 7, 30165 Hannover
Telefon: 0511/123490-13
E-Mail: presse@hannover-marketing.de