

18.02.2026 – 15:27 Uhr

Hannover Marketing & Tourismus GmbH (HMTG) präsentiert neue Leitkampagne Hannovers



Hannover (ots) -

Hannover startet mit "Unboxing Hannover" eine neue Leitkampagne zur Imagebildung, die bekannte und unbekannte Seiten der gesamten Region neu erzählt. Ziel ist es, das Bild Hannovers national und international zeitgemäß zu schärfen – jenseits gängiger Zuschreibungen und ohne sich neu zu erfinden. Am heutigen Mittwoch präsentierte die HMTG erste Einblicke in Prozess, Motivation und Zielsetzung der neuen Kommunikation und stellte zum Kampagnenstart erste Motive vor.

Nur 37 Prozent der Deutschen verbinden aktuell konkrete Vorstellung mit Hannover. Dieses Ergebnis aus dem Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2025 begreift die HMTG als strategische Chance: Wo das Bild unscharf ist, lässt es sich aktiv gestalten. Vor diesem Hintergrund stand eine zentrale Frage im Raum: Welche Assoziationen und Vorstellungen sollen künftig mit Hannover verbunden werden – und wie wird man dabei ihrer Vielfalt und Komplexität gerecht? Die Antwort darauf ist "Unboxing Hannover".

Hannover packt aus!

Die Leitkampagne "Unboxing Hannover" setzt auf einen Perspektivwechsel. Bekannte Motive treffen auf neue Blickwinkel, Vertrautes erscheint in überraschenden Kontexten. Die Kampagne arbeitet mit einer Vielzahl pointierter Aussagen, die neugierig machen und Stärken auspacken – frech, humorvoll, zugespitzt. Im Zentrum stehen konkrete Highlights Hannovers. Sie werden sichtbar gemacht und selbstbewusst ins Schaufenster gestellt – mit dem Ziel, Hannover differenziert, zeitgemäß und wirksam zu positionieren – ohne sich neu zu erfinden.

"Wir verstehen "Unboxing Hannover" nicht nur als Kampagne, sondern auch als Statement. Wir wollen klar zeigen, wofür Hannover steht. Wir wollen starke Narrative verbinden und sichtbar machen, was hier längst Realität ist: Innovationskraft, Lebensqualität und Vielfalt. Wir wollen das Wir-Gefühl unterstützen und mit Stolz die lokalen Stärken ins Rampenlicht rücken. Unser Anspruch ist es, dass Hannover langfristig als eine der schönsten und lebenswertesten Regionen Deutschlands wahrgenommen wird. Denn das sind wir", sagt HMTG-Geschäftsführer Christian Katz.

Sichtbarkeit ab März - national und international

Die Kampagne wird ab Mitte März schrittweise im öffentlichen Raum, auf digitalen Kanälen sowie in ausgewählten nationalen und internationalen Maßnahmen ausgespielt. Die Kampagne ist modular angelegt und kann thematisch erweitert werden - von Kultur über Wissenschaft und Wirtschaft bis hin zu Lifestyle und Naherholung.

"Unboxing Hannover" versteht sich nicht als kurzfristige Werbeaktion, sondern als langfristige Kommunikation für die zukünftige Standortposition. Die Leitkampagne soll künftig flexibel weiterentwickelt werden und unterschiedliche Themen, Zielgruppen und Anlässe aufnehmen können.

Entwicklung mit Beteiligung "von innen"

Der Kampagne voraus ging eine europaweite Ausschreibung, die im Juni 2025 startete. Im Oktober erhielt eine Bietergemeinschaft aus den Agenturen Pahnke GmbH & Co. KG, Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG und der Stadtmanufaktur GmbH den Zuschlag. Zielsetzung der Ausschreibung: die Entwicklung einer strategischen und konzeptionellen Standortpositionierung im nationalen und internationalen Wettbewerb.

In die inhaltliche Entwicklung flossen zudem Impulse zentraler Akteurinnen und Akteure aus Stadt und Region ein. In mehreren Workshops wurden Perspektiven, Erfahrungen und Einschätzungen gebündelt und in die strategische Ausrichtung eingearbeitet.

"Uns war wichtig, kein künstliches Bild zu erzeugen, sondern von innen heraus das sichtbar zu machen, was Hannover tatsächlich auszeichnet", so Katz. "Die Menschen vor Ort kennen die Stärken der Region. 'Unboxing Hannover' übersetzt dieses Selbstverständnis in eine klare, zeitgemäße Sprache."

Neue Spielräume in der Standortkommunikation

Die Umsetzung der Leitkampagne wurde durch erweiterte finanzielle Mittel ermöglicht. Nach Jahren begrenzter Budgets eröffnen sich damit erstmals größere Spielräume für eine strategisch angelegte, langfristige Kommunikation.

Mit "Unboxing Hannover" positioniert sich Hannover klarer im Wettbewerb um Gäste, Fachkräfte, Unternehmen und Investitionen - und nutzt die Chance, ein bislang diffuses Bild aktiv positiv zu prägen.

"Wenn bislang nur 37 Prozent der Deutschen genauer wissen, wofür Hannover steht, zeigt das vor allem eines: mindestens 63 Prozent Potenzial", sagt Katz.

Mehr Informationen zur Kampagne "Unboxing Hannover" finden Sie [hier](#).

Kampagnenmotive zum Download finden Sie [hier](#).

Pressekontakt:

Ela Windels
Hannover Marketing & Tourismus GmbH
Vahrenwalder Straße 7
30165 Hannover
0511 - 123490-26
presse@hannover-marketing.de

Medieninhalte



"Unboxing Hannover": Eines der ersten Motive aus der neuen Leitkampagne zur Imagebildung Hannovers. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/42831 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.