

**HAN  
NOV  
ER** 

**Gesellschafterversammlung HMTG / HVG**  
15. November 2021



## **TOP 1 Begrüßung & Formalien**

- 1.1 Feststellung der Ordnungsmäßigkeit der Einladung
- 1.2 Feststellung der Beschlussfähigkeit
- 1.3 Feststellung der Tagesordnung
- 1.4 Verabschiedung des Protokolls der letzten Gesellschafterversammlung
- 1.5 Bestellung des Protokollführers der Sitzung

TOP 2 Jahresabschlüsse 2020 von HMTG & HVG

TOP 3 Gesellschafterangelegenheiten

TOP 4 Planung 2022 ff.

TOP 5 Bericht zur aktuellen Lage der HMTG & HVG

TOP 6 Verschiedenes und Termine

# Tagesordnung

TOP 1 Begrüßung & Formalien

**TOP 2 Jahresabschlüsse 2020 von HMTG & HVG**

2.1 Vorlage der Jahresabschlüsse von HMTG und HVG 2020  
inkl. der Lageberichte des Geschäftsführers

- Bericht der KSB INTAX Treuhand GmbH zu den Jahresberichten

2.2 Beschlussfassung zur Feststellung der Jahresabschlüsse

2.3 Beschlussfassung zur Verwendung der Jahresergebnisse

2.4 Entlastung des Aufsichtsrats

2.5 Entlastung der Geschäftsführung

2.6 Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2021 / Im  
Nachgang der Gesellschafterversammlung im Umlaufverfahren

TOP 3 Gesellschafterangelegenheiten

TOP 4 Planung 2022 ff.

TOP 5 Bericht zur aktuellen Lage der HMTG & HVG

TOP 6 Verschiedenes und Termine



**KSB INTAX**  
Treuhand GmbH



# Hannover Marketing und Tourismus GmbH

Jahresabschluss zum 31. Dezember 2020

Gesellschafterversammlung 15. November 2021

Rolf Dittmar



## Inhaltsübersicht

- Auftragsgrundlagen
- Bedeutende Sachverhalte im Geschäftsjahr 2020
- Vermögenslage und Ertragslage der Gesellschaften
- Bedeutende Sachverhalte nach dem Bilanzstichtag
- Prüfungsergebnisse



## Inhaltsübersicht

- Auftragsgrundlagen
- Bedeutende Sachverhalte im Geschäftsjahr 2020
- Vermögenslage und Ertragslage der Gesellschaften
- Bedeutende Sachverhalte nach dem Bilanzstichtag
- Prüfungsergebnisse



## Auftragsgrundlagen

- Prüfungsauftrag: Prüfung von Jahresabschluss und Lagebericht nach § 316 ff. HGB.
- Erweiterung des Prüfungsgegenstandes nach §§ 157, 158 NKomVG und § 53 HGrG:
  - Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung
  - Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
  - Verlustbringende Geschäfte und deren Ursache
  - Ursache eines in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Jahresfehlbetrages
- Prüfung von Mai bis Juni 2021.



## Bedeutende Sachverhalte im Geschäftsjahr 2020

### HMTG

- Durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Lockdowns 2020 hat die Gesellschaft:
  - um die Liquidität zu sichern, die Aktivitäten im Bereich Marketing im 1. Hj. eingestellt und im 2. Hj. eingeschränkt weitergeführt,
  - ab dem 1. April 2020 bis zum Ende des Geschäftsjahres Kurzarbeit angemeldet, auslaufende Zeitverträge nicht verlängert und offene Stellen nicht neu besetzt,
  - erhebliche Umsatzrückgänge in der Sparte Tourismus zu verzeichnen.
- Die HMTG erzielte ein positives Jahresergebnis in Höhe von T€ 73 (Vorjahr: T€ 69).





## Bedeutende Sachverhalte im Geschäftsjahr 2020

### HMTG

- Die Umsatzerlöse T€ 3.488 (Vorjahr: T€ 4.969) sind im Wesentlichen durch Rückgang in der Tourismussparte und durch Rückgang der Leistungsbeziehungen mit der HVG gefallen.
- Die sonstigen betrieblichen Erträge T€ 980 (Vorjahr: T€ 1.170) verringerten sich u.a. durch geringere Zuschüsse der LHH aus X-CITY Medialeistungen, denen in gleicher Höhe geringere Aufwendungen im Materialaufwand (bezogene Leistungen) gegenüberstehen.
- Die liquiden Mittel stiegen von T€ 795 um T€ 43 auf T€ 838.



## Bedeutende Sachverhalte im Geschäftsjahr 2020

### HMTG

- Im Geschäftsjahr 2020 hat Legacy Technologies GmbH als neuer Gesellschafter einen Geschäftsanteil gezeichnet.
- Das Finanzamt Hannover-Nord (FA) hat in einem Schreiben von August 2019 bzgl. der umsatzsteuerlichen Behandlung des Werberechtsvertrags mit der X-CITY MARKETING Hannover GmbH und der LHH ab 2017 grundsätzlich keine Beanstandungen genannt.

Diese Aussage steht jedoch „unter dem Vorbehalt der Nachprüfung“.



## Bedeutende Sachverhalte im Geschäftsjahr 2020

### HVG

- Durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Lockdowns in 2020 hat die Gesellschaft:
  - die geplanten Groß-Veranstaltungen nicht durchführen können,
  - Rathausführungen und Turmauffahrten seit März nicht mehr angeboten,
  - ab dem 1. April 2020 Kurzarbeit eingeführt bzw. ab dem III. und IV. Quartal 2020 die befristeten Arbeitsverhältnisse nicht verlängert,
  - eine Coronabeihilfe von der NBank in Höhe von T€ 150 erhalten,
  - Marketingleistungen für die HMTG in Höhe von ca. € 200 durchgeführt,
  - Einge kaufte Dienstleistungen von der HMTG (Veranstaltungen; Buchführung; Marketing) gegenüber 2019 von T€ 272 um T€ 270 auf T€ 2 gemindert,
  - in den liquiden Mitteln T€ 646 vereinnahmte Gelder aus der Veräußerung von Feuerwerkskarten in Höhe von T€ 588, die bei Rückgabe der Karten an die Kunden ausgezahlt werden. Insoweit sind diese Geldmittel nicht frei verfügbar.



## Bedeutende Sachverhalte im Geschäftsjahr 2020

### HVG

- Die HVG erzielte ein negatives Jahresergebnis in Höhe von T€ 47 (Vorjahr: T€ + 13).
- Die Umsätze fielen gegenüber dem Vorjahr von T€ 2.789 um T€ 2.549 auf T€ 240 und teilen sich wie folgt auf:

	<b>Umsätze 2020 T€</b>	<b>Umsätze 2019 T€</b>	<b>Verände- rung T€</b>
Feuerwerk	0	1.174	- 1.174
Maschseefest	0	970	- 970
Rathausführung, Flohmarkt, Kongressbüro	13	421	- 408
Nordkurve	0	47	- 47
Glitterbox	9	177	- 168
HMTG	218	0	218
	<b>240</b>	<b>2.789</b>	<b>- 2.549</b>

- Durch den Jahresfehlbetrag in Höhe von T€ 47 ging das Eigenkapital von T€ 142 (23%) auf T€ 63 (12%) zurück.



## Vermögenslage der HMTG

### Vermögensstruktur

	31.12.2020		31.12.2019		T€
	T€	%	T€	%	
Immaterielle Vermögensgegenstände	1	0	6	0	- 5
Sachanlagen	43	3	58	5	-15
Finanzanlagen	25	2	25	2	0
<b>Langfristig gebundenes Vermögen</b>	<b>69</b>	<b>5</b>	<b>89</b>	<b>7</b>	<b>- 20</b>
Vorräte	58	5	48	4	10
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	39	3	150	12	- 111
Eingeforderte ausstehende Einlagen auf das gezeichnete Kapital	0	0	1	0	- 1
Sonstige Vermögensgegenstände	213	17	112	9	101
Rechnungsabgrenzungsposten	38	3	55	4	-17
<b>Kurzfristig gebundenes Vermögen</b>	<b>348</b>	<b>28</b>	<b>366</b>	<b>29</b>	<b>- 18</b>
<b>Liquide Mittel</b>	<b>837</b>	<b>67</b>	<b>795</b>	<b>64</b>	<b>42</b>
	<b>1.254</b>	<b>100</b>	<b>1.250</b>	<b>100</b>	<b>4</b>



## Vermögenslage der HMTG

### Kapitalstruktur

	31.12.2020		31.12.2019		
	T€	%	T€	%	T€
Gezeichnetes Kapital	183	15	186	15	- 3
Kapitalrücklage	268	21	268	21	0
Gewinnvortrag	236	19	167	13	69
Jahresüberschuss	73	6	69	6	4
<b>Eigenmittel</b>	<b>760</b>	<b>61</b>	<b>690</b>	<b>55</b>	<b>70</b>
Steuerrückstellungen	25	2	25	2	0
Sonstige Rückstellungen	117	9	88	7	29
Lieferantenschulden	121	10	204	17	- 83
Verbindlichkeiten im Verbundbereich	15	1	16	1	- 1
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	124	10	78	6	46
Übrige Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	92	7	149	12	-57
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>494</b>	<b>39</b>	<b>560</b>	<b>45</b>	<b>- 66</b>
	<b>1.254</b>	<b>100</b>	<b>1.250</b>	<b>100</b>	<b>4</b>



## Ertragslage der HMTG

### Ertragslage

	2020		2019		T€
	T€	%	T€	%	
Umsatzerlöse	3.488	78	4.969	81	- 1.481
Sonstige betriebliche Erträge	980	22	1.137	19	- 157
<b>Betriebsleistung</b>	<b>4.468</b>	<b>100</b>	<b>6.106</b>	<b>100</b>	<b>-1.638</b>
Materialaufwand	2.255	50	3.501	57	1.246
Personalaufwand	1.420	32	1.799	29	379
Abschreibungen	32	1	39	7	7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	643	14	687	11	44
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>4.350</b>	<b>97</b>	<b>6.026</b>	<b>98</b>	<b>1.676</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>118</b>	<b>3</b>	<b>80</b>	<b>2</b>	<b>38</b>
Neutrales Ergebnis	- 9	0	22	0	- 31
Ertragsteuern	36	- 1	33	- 1	- 3
<b>Jahresergebnis</b>	<b>73</b>	<b>2</b>	<b>69</b>	<b>1</b>	<b>4</b>



## Ertragslage der HVG

### Ertragslage

	2020		2019		
	T€	%	T€	%	T€
Umsatzerlöse	240	61	2.789	100	- 2.549
Sonstige betriebliche Erträge	151	39	0	0	151
<b>Betriebsleistung</b>	<b>391</b>	<b>100</b>	<b>2.789</b>	<b>100</b>	<b>- 2.398</b>
Materialaufwand	117	30	2.188	79	2.071
Personalaufwand	162	41	285	10	123
Abschreibungen	10	3	9	0	- 1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	149	38	290	10	141
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>438</b>	<b>- 112</b>	<b>2.772</b>	<b>- 99</b>	<b>2.334</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>- 47</b>	<b>- 12</b>	<b>17</b>	<b>1</b>	<b>- 64</b>
Neutrales Ergebnis	0	0	1	0	- 1
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>- 47</b>	<b>- 12</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>- 65</b>
Ertragsteuern	0	0	- 5	0	5
<b>Jahresergebnis</b>	<b>- 47</b>	<b>- 12</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>- 60</b>





## Bedeutende Sachverhalte nach dem Bilanzstichtag - HMTG /HVG

### HVG

- Coronabedingt wird es auch im Geschäftsjahr 2021 zu Umsatzausfällen kommen.
- Voraussichtlich ein Jahresfehlbetrag 2021; Abhängigkeit von möglichen Umsatzerlösen; positiven Deckungsbeiträgen und Unterstützungsmaßnahmen durch die HMTG.
- In Abhängigkeit vom Jahresfehlbetrag bzw. Unterstützungsleistungen der HMTG wird sich das Eigenkapital zum 31. Dezember 2021 vermindern.
- Aufgrund der geplanten Ertrags- und Liquiditätsunterstützung durch die HMTG ist der Jahresabschluss 2020 unter der Going-Concern-Prämisse testiert worden.



## Bedeutende Sachverhalte nach dem Bilanzstichtag

### - HMTG /HVG

#### **HMTG**

- Die Geschäftsführung steuert über ein Mehr- oder ein Weniger von Marketingmaßnahmen 2021 das Ergebnis und die Liquidität.
- HMTG als Muttergesellschaft der HVG kann diese ertrags- und liquiditätsmäßig unterstützen.
- Soweit möglich wird Kurzarbeitergeld in Anspruch genommen.
- Aufgrund der geplanten Ertrags- und Liquiditätssteuerung ist der Jahresabschluss 2020 unter der Going-Concern-Prämisse testiert worden.



## Prüfungsergebnisse

- Es wurde der HMTG und der HVG ein uneingeschränkter Bestätigungsvermerk erteilt.
- Jahresabschluss und Lagebericht sowie Buchführung entsprechen den gesetzlichen und gesellschaftsrechtlichen Vorschriften.
- Prüfungen nach § 158 NKomVG i.V.m. § 53 HGrG haben keine Feststellungen ergeben, die gegen die Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung sprechen.



**KSB INTAX**  
Treuhand GmbH

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**KSB INTAX**

Lüerstraße 10-12, D-30175 Hannover

**Rolf Dittmar**

T +49 (0) 511.854 04-80

rolf.dittmar@ksb-intax.de

Sekretariat: Andrea Herling

T +49 (0) 511.854 04-83

F +49 (0) 511.854 04-0

**[www.ksb-intax.de](http://www.ksb-intax.de)**

**Beschlüsse zu TOP 2.2**  
**Jahresabschlüsse von HMTG und HVG 2020**

**Jahresabschluss 2020 der HMTG**

„Der Jahresabschluss der Hannover Marketing und Tourismus GmbH wird gebilligt und ist damit festgestellt.“

**Jahresabschluss 2020 der HVG**

„Der Jahresabschluss der Hannover Veranstaltungs GmbH wird gebilligt und ist damit festgestellt.“

**Beschlüsse zu TOP 2.3**  
**Verwendung der Jahresergebnisse**

**Jahresüberschuss 2020 der HMTG**

„Der Jahresüberschuss der HMTG in Höhe von 73.448,57 €  
wird auf neue Rechnung vorgetragen.“

**Jahresdefizit 2020 der HVG**

„Das Jahresdefizit der HVG in Höhe von -46.670,52 €  
wird auf neue Rechnung vorgetragen  
und mit dem Gewinnvortrag verrechnet.“

**Beschluss zu TOP 2.4**  
**Entlastung des Aufsichtsrats der HMTG**

„Die Gesellschafterversammlung erteilt dem Aufsichtsrat für  
das Wirtschaftsjahr 2020 Entlastung.“

**Beschluss zu TOP 2.5**  
**Entlastung der Geschäftsführung der HMTG**

„Die Gesellschafterversammlung erteilt dem Geschäftsführer, Herrn Nolte,  
für das Geschäftsjahr 2020 Entlastung.“

**Beschluss zu TOP 2.6**  
**Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2021**

„Die Gesellschafterversammlung stimmt zu, den Abschlussprüfer des  
Geschäftsjahres 2021 im Nachgang der Gesellschafterversammlung  
im Umlaufverfahren zu bestimmen.“

# Tagesordnung

- TOP 1 Begrüßung & Formalien
- TOP 2 Jahresabschlüsse 2020 von HMTG & HVG
- TOP 3 Gesellschafterangelegenheiten**
  - 3.1 Status Gesellschafter HMTG
  - 3.2 Status Beiratsmitglieder
- TOP 4 Planung 2022 ff.
- TOP 5 Bericht zur aktuellen Lage der HMTG & HVG
- TOP 6 Verschiedenes und Termine



## Gesellschafterangelegenheiten

- Coronabedingt tritt die City-Gemeinschaft Hannover e.V. mit Wirkung zum 31. Dezember 2021 zwei ihrer drei Gesellschafteranteile ab.
- Die Liste der Beiratsmitglieder wird im Nachgang der Gesellschafterversammlung 2021 versandt.

# Tagesordnung

- TOP 1 Begrüßung & Formalien
- TOP 2 Jahresabschlüsse 2020 von HMTG & HVG
- TOP 3 Gesellschafterangelegenheiten
- TOP 4 Planung 2022 ff.**
  - 4.1 Wirtschaftsplanung HMTG 2022 (inkl. Maßnahmen-, Personal-, Investitions- und 5-Jahres-Plan)
  - 4.2 Wirtschaftsplanung HVG 2022 (inkl. Personalplanung)
- TOP 5 Bericht zur aktuellen Lage der HMTG & HVG
- TOP 6 Verschiedenes und Termine

## Planung 2022 – Wirtschaftsplan HMTG

	2021	2021	2021	2022	2022	2022
	Tourismus	Marketing	HMTG Gesamt	Tourismus	Marketing	HMTG Gesamt
<b>Umsatzerlöse</b>						
Gesellschafterleistungen		2.545.405 €	2.545.405 €		2.470.404 €	2.470.404 €
Summe Gesellschafterleistungen	78.403 €		78.403 €	78.403 €		78.403 €
nationale Kommunikation			0 €			0 €
Zusätzliche Gesellschafterleistungen (X City)	670.810 €		670.810 €	670.000 €		670.000 €
Erträge aus Sponsorenverträgen		173.000 €	173.000 €		173.000 €	173.000 €
Gegenfinanzierung Sponsoren (hannoverimpuls)		95.000 €	95.000 €		86.500 €	86.500 €
Erträge aus 9 Städte Kooperation	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €
Erträge aus Veranstaltungen/Produkten (Tourismus)	469.741 €		469.741 €	530.000 €		530.000 €
Erträge aus der Hannoverer Veranstaltungs GmbH	0 €	0 €	0 €	140.000 €	85.000 €	225.000 €
Erträge aus dem Bereich Tourismus / HVG		8.000 €	8.000 €	0 €	75.000 €	75.000 €
<b>Betriebl. Erträge</b>	1.003.000 €	63.462 €	1.066.462 €	1.455.000 €	66.548 €	1.521.548 €
<b>Tourismusszuschuß HI</b>						
Zimmervermittlung, 9 Städte, übrige						
Tourismusszuschuß HI	800.000 €		800.000 €	800.000 €		800.000 €
9 Städte	0 €		0 €	0 €		0 €
sonstige betriebl. Erträge	5.000 €		5.000 €	30.000 €		30.000 €
Hannover Kongress	11.000 €		11.000 €	0 €		0 €
Projekt Hannover Kongress (Neu 2021)						
Zimmervermittlung/Privat	5.000 €		5.000 €	275.000 €		275.000 €
Erlebnispaket	187.000 €		187.000 €	350.000 €		350.000 €
<b>Summe Erträge</b>	<b>2.347.954 €</b>	<b>2.884.867 €</b>	<b>5.232.821 €</b>	<b>2.999.403 €</b>	<b>2.956.452 €</b>	<b>5.955.855 €</b>
<b>Materialaufwand</b>	<b>1.106.996 €</b>	<b>2.123.367 €</b>	<b>3.230.363 €</b>	<b>1.504.000 €</b>	<b>2.146.871 €</b>	<b>3.650.871 €</b>
Marketingaufwendungen		1.825.367 €			1.848.871 €	
zusätzliche Gesellschafter- /Medialeistungen	670.810 €	298.000 €	968.810 €	670.000 €	298.000 €	968.000 €
Touristisches Marketing	0 €		0 €	75.000 €		75.000 €
Kooperationen / Reisesessen	0 €		0 €	59.000 €		59.000 €
Zusätzlicher Aufwand aus Kooperationen/9 Städte	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €
Aufwendungen für Veranstaltungen/Produkte HTG	310.186 €		310.186 €	574.000 €		574.000 €
<b>Personalaufwand</b>	<b>1.000.000 €</b>	<b>588.500 €</b>	<b>1.588.500 €</b>	<b>1.034.834 €</b>	<b>622.172 €</b>	<b>1.657.006 €</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>10.000 €</b>	<b>7.000 €</b>	<b>17.000 €</b>	<b>7.318 €</b>	<b>7.410 €</b>	<b>14.728 €</b>
<b>Sonstiger Betrieblicher Aufwand</b>						
Sonstige Verwaltung u. Fixkosten	428.646 €	154.000 €	582.646 €	449.704 €	169.000 €	618.704 €
Fortbildungen	2.000 €	2.000 €	4.000 €	2.000 €	1.000 €	3.000 €
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>2.547.643 €</b>	<b>2.874.867 €</b>	<b>5.422.509 €</b>	<b>2.997.856 €</b>	<b>2.946.453 €</b>	<b>5.944.309 €</b>
Steuern	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
<b>Jahresergebnis</b>	<b>-199.688 €</b>	<b>10.000 €</b>	<b>-189.688 €</b>	<b>1.547 €</b>	<b>10.000 €</b>	<b>11.547 €</b>

Risikovorsorge 250€ laut  
Maßnahmenplan 2022 HMTG



# Planung 2022 – Wirtschaftsplan HMTG

## Sparte Marketing

	Plan 2020	IST 2020	Plan 2021	HR 2021	Plan 2022
<b>Umsatzerlöse</b>					
Gesellschafterleistungen	2.559.375 €	2.550.075 €	2.545.405 €	2.545.404 €	2.470.404 €
Summe Gesellschafterleistungen					
nationale Kommunikation					
Zusätzliche Gesellschafterleistungen (X City)					
Erträge aus Sponsorenverträgen	185.500 €	183.500 €	173.000 €	173.000 €	173.000 €
Gegenfinanzierung Sponsoren (hannoverimpuls)	99.000 €	99.000 €	95.000 €	97.000 €	86.500 €
Erträge aus 9 Städte Kooperation					
Erträge aus Veranstaltungen/Produkten (Tourismus)					
Erträge aus der Hannover Veranstaltungs GmbH	100.000 €	0 €	0 €	0 €	85.000 €
Erträge aus dem Bereich Tourismus / HVG	120.000 €	0 €	8.000 €	0 €	75.000 €
<b>Betriebl. Erträge</b>	16.000 €	75.376 €	63.462 €	55.447 €	66.548 €
<b>Tourismusszuschuß HI</b>					
<b>Zimmervermittlung, 9 Städte, übrige</b>					
<b>Summe Erträge</b>	<b>3.079.875 €</b>	<b>2.907.951 €</b>	<b>2.884.867 €</b>	<b>2.870.851 €</b>	<b>2.956.452 €</b>
<b>Materialaufwand</b>	<b>2.319.690 €</b>	<b>2.042.867 €</b>	<b>2.123.367 €</b>	<b>2.103.000 €</b>	<b>2.146.871 €</b>
Marketingaufwendungen	2.021.690 €	1.744.867 €	1.825.367 €	1.805.000 €	1.848.871 €
zusätzliche Gesellschafter- /Medialeistungen	298.000 €	298.000 €	298.000 €	298.000 €	298.000 €
Touristisches Marketing					
Kooperationen / Reisemessen					
Zusätzlicher Aufwand aus Kooperationen/9 Städte					
Aufwendungen für Veranstaltungen/Produkte HTG					
<b>Personalaufwand</b>	<b>612.000 €</b>	<b>554.643 €</b>	<b>588.500 €</b>	<b>601.715 €</b>	<b>622.172 €</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>8.663 €</b>	<b>14.502 €</b>	<b>7.000 €</b>	<b>11.451 €</b>	<b>7.410 €</b>
<b>Sonstiger Betrieblicher Aufwand</b>					
Sonstige Verwaltung u. Fixkosten	130.000 €	193.764 €	154.000 €	150.070 €	169.000 €
Fortbildungen	2.000 €	998 €	2.000 €	0 €	1.000 €
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>3.072.353 €</b>	<b>2.806.775 €</b>	<b>2.874.867 €</b>	<b>2.866.236 €</b>	<b>2.946.453 €</b>
Steuern	0 €	33.282 €	0 €	0 €	0 €
<b>Jahresergebnis</b>	<b>7.522 €</b>	<b>67.894 €</b>	<b>10.000 €</b>	<b>4.615 €</b>	<b>10.000 €</b>

# Planung 2022 – Wirtschaftsplan HMTG

## Sparte Tourismus

	Plan 2020	IST Plan 2020	Plan 2021	HR Plan 2021	Plan 2022
<b>Umsatzerlöse</b>					
Gesellschafterleistungen					
Summe Gesellschafterleistungen	78.403 €	78.403 €	78.403 €	78.403 €	78.403 €
nationale Kommunikation					
Zusätzliche Gesellschafterleistungen (X City)	670.810 €	177.194 €	670.810 €	180.000 €	670.000 €
Erträge aus Sponsorenverträgen					
Gegenfinanzierung Sponsoren (hannoverimpuls)					
Erträge aus 9 Städte Kooperation	126.000 €	98.000 €	126.000 €	126.000 €	126.000 €
Erträge aus Veranstaltungen/Produkten (Tourismus)	1.045.000 €	374.546 €	469.741 €	153.041 €	530.000 €
Erträge aus der Hannover Veranstaltungs GmbH	140.000 €	0 €	0 €		140.000 €
Erträge aus dem Bereich Tourismus / HVG					0 €
<b>Betriebl. Erträge</b>	1.425.000 €	1.082.857 €	1.003.000 €	1.174.056 €	1.455.000 €
Tourismuszuschuß HI	800.000 €	800.000 €	800.000 €	800.000 €	800.000 €
9 Städte	0 €		0 €	0 €	
sonstige betriebl. Erträge	5.000 €	225.481 €	0 €	181.563 €	30.000 €
Hannover Kongress	18.000 €	175 €	11.000 €	0 €	0 €
Projekt Hannover Kongress (Neu 2021)					
Zimmervermittlung/Privat	40.000 €	5.543 €	5.000 €	111.263 €	275.000 €
Erlebnispaket	562.000 €	51.658 €	187.000 €	81.230 €	350.000 €
<b>Summe Erträge</b>	<b>3.485.213 €</b>	<b>1.811.000 €</b>	<b>2.347.954 €</b>	<b>1.711.500 €</b>	<b>2.999.403 €</b>
<b>Materialaufwand</b>	<b>1.836.957 €</b>	<b>459.337 €</b>	<b>1.106.996 €</b>	<b>697.791 €</b>	<b>1.504.000 €</b>
Marketingaufwendungen					
zusätzliche Gesellschafter- /Medialeleistungen ( X City)	670.810 €	177.194 €	670.810 €	180.000 €	670.000 €
Touristisches Marketing	120.000 €	0 €	0 €	0 €	75.000 €
Kooperationen / Reisemessen / allg. Werbung	87.000 €	29.852 €	0 €	10.846 €	59.000 €
Zusätzlicher Aufwand aus Kooperationen/9 Städte	126.000 €	68.551 €	126.000 €	126.000 €	126.000 €
Projekt Hannover Kongress (Neu 2021)					
Aufwendungen für Veranstaltungen/Produkte HTG	833.147 €	183.741 €	310.186 €	380.945 €	574.000 €
<b>Personalaufwand</b>	<b>1.150.000 €</b>	<b>867.089 €</b>	<b>1.000.000 €</b>	<b>832.000 €</b>	<b>1.034.834 €</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>10.320 €</b>	<b>17.761 €</b>	<b>10.000 €</b>	<b>10.436 €</b>	<b>7.318 €</b>
<b>Sonstiger Betrieblicher Aufwand</b>					
Sonstige Verwaltung u. Fixkosten	477.000 €	456.803 €	428.646 €	356.801 €	449.704 €
Fortbildungen	2.000 €	1.294 €	2.000 €	0 €	2.000 €
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>3.476.277 €</b>	<b>1.802.284 €</b>	<b>2.547.643 €</b>	<b>1.897.028 €</b>	<b>2.997.856 €</b>
Steuern	0 €	3.162 €	0 €		
<b>Jahresergebnis</b>	<b>8.936 €</b>	<b>5.554 €</b>	<b>-199.688 €</b>	<b>-185.528 €</b>	<b>1.547 €</b>

# Planung 2022 – Maßnahmenplan HMG

<b>Bereich Marketing</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b><u>1. Raum für Innovationen / National und International</u></b>		
Messe- und Kongressstandort		100.000 € (Media)
Wirtschaftsstandort / Fachkräfte		
Standortmarketing, Start Up - KMU, etc.		
<b>Summe</b>	<b>300.000,00 €</b>	<b>400.000,00 €</b>
<b><u>2. Ideale Stadt / Region</u></b>		
Beilagen	400.000,00 €	550.000,00 €
Vielfältiges Kulturangebot, attraktive Veranstaltungen	80.000,00 €	80.000,00 €
Regions Tourismus/ Städtewerbung	50.000,00 €	90.000,00 €
Lebensqualität	40.000,00 €	40.000,00 €
Destinationsmarketing/ internationale Kommunikation	50.000,00 €	50.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>620.000,00 €</b>	<b>810.000,00 €</b>
<b><u>3. Plattform Herrenhausen</u></b>		
	50.000,00 €	50.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>50.000,00 €</b>	<b>50.000,00 €</b>
<b><u>Querschnittsmedien: Media-Kommunikation für 1, 2 &amp; 3</u></b>		
Lokale Kommunikation / 125 T€ Ströer	0,00 €	0,00 €
Nationale Kommunikation / 1.400 T€ Ströer	0,00 €	0,00 €
Produktions- und Klebekosten	170.000,00 €	170.000,00 €
Pressearbeit, Kommunikation, Produktion	80.000,00 €	80.000,00 €
Hannover.de / HMTG Portale	50.000,00 €	80.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>300.000,00 €</b>	<b>330.000,00 €</b>
<b><u>Reserve zur Unterstützung nicht beschlossener Maßnahmen / Risikovorsorge</u></b>		
	550.000,00 €	250.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>550.000,00 €</b>	<b>250.000,00 €</b>
<b>Summe aller Maßnahmen</b>	<b>1.800.000,00 €</b>	<b>1.840.000,00 €</b>
<b>Summe Gesamtetat Marketing</b>	<b>1.825.367,00 €</b>	<b>1.848.871,00 €</b>

## Planung 2022 – Maßnahmenplan HTG

<b>Bereich Tourismus</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b><u>Aufwendungen Mitgliedsbeiträge</u></b>		
Die "9 Städte in Niedersachsen"	14.000,00 €	14.000,00 €
about cities	3.000,00 €	3.000,00 €
Andere (RDA/DTV FVW Abo)	1.000,00 €	1.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>18.000,00 €</b>	<b>18.000,00 €</b>
<b><u>Aufwendungen Tourismusaktivitäten</u></b>		
Touristisches Marketing	0,00 €	75.000,00 €
Kooperationen / Reisemessen / allg. Werbung	0,00 €	59.000,00 €
<b>Summe</b>	<b>0,00 €</b>	<b>134.000,00 €</b>
<b><u>Erträge Büro "9 Städte in Niedersachsen"</u></b>		
<b>Summe</b>	<b>18.000,00 €</b>	<b>18.000,00 €</b>
<b>Summe Gesamtetat Tourismus</b>	<b>0,00 €</b>	<b>134.000,00 €</b>

# Planung 2022 – Personalkostenplan HMTG

		Marketing 2021	Marketing 2022	Tourismus 2021	Tourismus 2022	HMTG 2021	HMTG 2022
<b>Marketing 2021</b>	<b>Marketing 2022</b>						
Geschäftsführung 1/2	Geschäftsführung 1/2						
Assistenz der Geschäftsführung 1 VZ	Assistenz der Geschäftsführung 1 VZ						
Projektleitung Marketing - 3 VZ, 1 TZ	Projektleitung Marketing - 3 VZ, 4 TZ						
Projektleitung Internet - 2 VZ	Projektleitung Internet - 2 VZ						
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - 1 VZ	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - 1 VZ						
Springer Marketing - 1 VZ	Springer Marketing - 1 VZ						
Personalaufwendungen Marketing inkl. Sozial- versicherungsanteil von durchschnittlich 21,03 %:	Personalaufwendungen Marketing inkl. Sozial- versicherungsanteil von durchschnittlich 21,03 %:	588.500 €	622.000 €			588.500 €	622.000 €
<b>Tourismus 2021</b>	<b>Tourismus 2022</b>						
Geschäftsführung 1/2	Geschäftsführung 1/2						
Verwaltung Tourismus - 2 VZ, 0 Aushilfe	Verwaltung Tourismus - 2 VZ, 0 Aushilfe						
Marketing, Internet	Marketing, Internet						
Tourismus - 1 VZ	Tourismus - 1 VZ						
Städtereisen Tourismus - 3 VZ, 2 TZ	Städtereisen Tourismus - 3 VZ, 2 TZ						
Zimmervermittlung - 3 VZ	Zimmervermittlung - 3 VZ						
Privatzimmervermittlung - 2 VZ	Privatzimmervermittlung - 1 VZ						
Tourist-Information - 2 VZ, 5 TZ, 4 Aushilfen	Tourist-Information - 2 VZ, 6 TZ, 4 Aushilfen						
AzuBi 0	AzuBi 0						
Personalaufwendungen Tourismus inkl. Sozial- versicherungsanteil von durchschnittlich 21,03 %:	Personalaufwendungen Tourismus inkl. Sozial- versicherungsanteil von durchschnittlich 21,03 %:			1.000.000 €	1.034.834 €	1.000.000 €	1.034.834 €
		588.500 €	622.000 €	1.000.000 €	1.034.834 €	1.588.500 €	1.656.834 €



## Planung 2022 – Investitionsplan HMTG

	Marketing 2021	Marketing 2022	Tourismus 2021	Tourismus 2022	HMTG 2021	HMTG 2022
<b>Plan/Monat</b>						
Jan						
Feb						
Mrz						
Apr	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	4.000 €	4.000 €
Mai						
Jun						
Jul						
Aug						
Sep						
Okt						
Nov						
Dez						
	<b>2.000 €</b>	<b>2.000 €</b>	<b>2.000 €</b>	<b>2.000 €</b>	<b>4.000 €</b>	<b>4.000 €</b>

## Planung 2022 – 5-Jahres-Plan HMTG

	2022	2022	2022	2023	2023	2023	2024	2024	2024	2025	2025	2025	2026	2026	2026
	Tourismus	Marketing	HMTG Gesamt	Tourismus	Marketing	HMTG Gesamt	Tourismus	Marketing	HMTG Gesamt	Tourismus	Marketing	HMTG Gesamt	Tourismus	Marketing	HMTG Gesamt
<b>Umsatzerlöse</b>															
<b>Summe Gesellschaftserlösen</b>	<b>78.403 €</b>	<b>2.470.404 €</b>	<b>2.548.807 €</b>	<b>78.403 €</b>	<b>2.470.404 €</b>	<b>2.548.807 €</b>	<b>78.403 €</b>	<b>2.470.404 €</b>	<b>2.548.807 €</b>	<b>78.403 €</b>	<b>2.470.404 €</b>	<b>2.548.807 €</b>	<b>78.403 €</b>	<b>2.470.404 €</b>	<b>2.548.807 €</b>
HannoverImpuls GmbH		1.856.250 €	1.856.250 €		1.856.250 €	1.856.250 €		1.856.250 €	1.856.250 €		1.856.250 €	1.856.250 €		1.856.250 €	1.856.250 €
City-Gemeinschaft Hannover e.V.		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €
Hannoversche Volksbank eG		21.008 €	21.008 €		21.008 €	21.008 €		21.008 €	21.008 €		21.008 €	21.008 €		21.008 €	21.008 €
Deutsche Messe Beteiligungs GmbH	20.000 €	125.000 €	145.000 €	20.000 €	125.000 €	145.000 €	20.000 €	125.000 €	145.000 €	20.000 €	125.000 €	145.000 €	20.000 €	125.000 €	145.000 €
Gilde Brauerei GmbH		18.750 €	18.750 €		18.750 €	18.750 €		18.750 €	18.750 €		18.750 €	18.750 €		18.750 €	18.750 €
Hannover Concerts GmbH & Co. KG Betriebsgesellschaft		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €
Hannoversche Lebensversicherung AG		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €
Privatbrauerei Harenhausen GmbH		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €
Verlagsgesellschaft Hachback GmbH & Co. KG		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €
Schölerische Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €
Sparkasse Hannover		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €		62.500 €	62.500 €
Hannova GEBWERBE GmbH		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €		41.250 €	41.250 €
Energy AG		41.875 €	41.875 €		41.875 €	41.875 €		41.875 €	41.875 €		41.875 €	41.875 €		41.875 €	41.875 €
Landschaftliche Brandkasse Hannover		52.521 €	52.521 €		52.521 €	52.521 €		52.521 €	52.521 €		52.521 €	52.521 €		52.521 €	52.521 €
X-City Marketing (ehem. DSM)		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €		125.000 €	125.000 €
Dirk Rossmann GmbH		10.000 €	10.000 €		10.000 €	10.000 €		10.000 €	10.000 €		10.000 €	10.000 €		10.000 €	10.000 €
Hesse Gruppe GmbH & Co. KG		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €
Hersoldt, Kirchner & Partner GbR		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €
Norddeutsche Wirtschaftsholding GmbH		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €
Legacy Technologies GmbH		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €		12.500 €	12.500 €
Zoo Hannover GmbH	20.000 €			20.000 €			20.000 €			20.000 €			20.000 €		
Hannover Flughafen-Langenhagen GmbH	20.000 €			20.000 €			20.000 €			20.000 €			20.000 €		
Hotel- und Gaststättenverband Region Hannover e.V.	18.403 €			18.403 €			18.403 €			18.403 €			18.403 €		
<b>Zusätzliche Gesellschaftserlösen (X City)</b>	<b>670.000 €</b>			<b>670.000 €</b>			<b>670.000 €</b>			<b>670.000 €</b>			<b>670.000 €</b>		
Erträge aus Sponsorenverträgen		173.000 €	173.000 €		173.000 €	173.000 €		173.000 €	173.000 €		173.000 €	173.000 €		173.000 €	173.000 €
Gegenfinanzierung Sponsoren (HannoverImpuls)		86.500 €	86.500 €		86.500 €	86.500 €		86.500 €	86.500 €		86.500 €	86.500 €		86.500 €	86.500 €
Erträge aus 9 Städt. Kooperation		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €
Erträge aus Veranstaltungen/Produkten (Tourismus)		530.000 €	530.000 €		530.000 €	530.000 €		530.000 €	530.000 €		530.000 €	530.000 €		530.000 €	530.000 €
Erträge aus der Hannover Veranstaltungs GmbH		85.000 €	225.000 €		85.000 €	140.000 €		85.000 €	225.000 €		85.000 €	140.000 €		85.000 €	225.000 €
Erträge aus dem Bereich Tourismus / HVG		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €
<b>Betriebl. Erträge</b>	<b>1.455.000 €</b>	<b>66.548 €</b>	<b>1.521.548 €</b>	<b>1.455.000 €</b>	<b>66.548 €</b>	<b>1.521.548 €</b>	<b>1.455.000 €</b>	<b>66.548 €</b>	<b>1.521.548 €</b>	<b>1.455.000 €</b>	<b>66.548 €</b>	<b>1.521.548 €</b>	<b>1.455.000 €</b>	<b>66.548 €</b>	<b>1.521.548 €</b>
Tourismusgesellschaft HTG															
Zimmervermittlung, 9 Städt., übrige															
<b>Summe Erträge</b>	<b>2.999.403 €</b>	<b>2.956.452 €</b>	<b>5.955.855 €</b>	<b>2.999.403 €</b>	<b>2.956.452 €</b>	<b>5.955.855 €</b>	<b>2.999.403 €</b>	<b>2.956.452 €</b>	<b>5.955.855 €</b>	<b>2.999.403 €</b>	<b>2.956.452 €</b>	<b>5.955.855 €</b>	<b>2.999.403 €</b>	<b>2.956.452 €</b>	<b>5.955.855 €</b>
<b>Materialaufwendungen</b>	<b>1.504.000 €</b>	<b>2.146.871 €</b>	<b>3.650.871 €</b>	<b>1.504.000 €</b>	<b>2.146.871 €</b>	<b>3.650.871 €</b>	<b>1.504.000 €</b>	<b>2.146.871 €</b>	<b>3.650.871 €</b>	<b>1.504.000 €</b>	<b>2.146.871 €</b>	<b>3.650.871 €</b>	<b>1.504.000 €</b>	<b>2.146.871 €</b>	<b>3.650.871 €</b>
Marketingaufwendungen		1.848.871 €	1.848.871 €		1.848.871 €	1.848.871 €		1.848.871 €	1.848.871 €		1.848.871 €	1.848.871 €		1.848.871 €	1.848.871 €
zusätzliche Gesellschaftserlösen-/Medialösungen		670.000 €	298.000 €		670.000 €	298.000 €		670.000 €	298.000 €		670.000 €	298.000 €		670.000 €	298.000 €
Touristisches Marketing		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €		75.000 €	75.000 €
Kooperationen / Reisesessen		59.000 €	59.000 €		59.000 €	59.000 €		59.000 €	59.000 €		59.000 €	59.000 €		59.000 €	59.000 €
Zusätzlicher Aufwand aus Kooperationen/9 Städt		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €		126.000 €	126.000 €
Aufwendungen für Veranstaltungen/Produkte HTG		574.000 €	574.000 €		574.000 €	574.000 €		574.000 €	574.000 €		574.000 €	574.000 €		574.000 €	574.000 €
<b>Personalaufwand</b>	<b>1.034.834 €</b>	<b>622.172 €</b>	<b>1.657.006 €</b>	<b>1.034.834 €</b>	<b>622.172 €</b>	<b>1.657.006 €</b>	<b>1.034.834 €</b>	<b>622.172 €</b>	<b>1.657.006 €</b>	<b>1.034.834 €</b>	<b>622.172 €</b>	<b>1.657.006 €</b>	<b>1.034.834 €</b>	<b>622.172 €</b>	<b>1.657.006 €</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>7.318 €</b>	<b>7.410 €</b>	<b>14.728 €</b>	<b>7.318 €</b>	<b>7.410 €</b>	<b>14.728 €</b>	<b>7.318 €</b>	<b>7.410 €</b>	<b>14.728 €</b>	<b>7.318 €</b>	<b>7.410 €</b>	<b>14.728 €</b>	<b>7.318 €</b>	<b>7.410 €</b>	<b>14.728 €</b>
<b>Sonstiger Betrieblicher Aufwand</b>															
Sonstige Verwaltung u. Fixkosten		449.704 €	618.704 €		449.704 €	618.704 €		449.704 €	618.704 €		449.704 €	618.704 €		449.704 €	618.704 €
Fortbildungen		2.000 €	2.000 €		2.000 €	2.000 €		2.000 €	2.000 €		2.000 €	2.000 €		2.000 €	2.000 €
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>2.997.856 €</b>	<b>2.946.453 €</b>	<b>5.944.309 €</b>	<b>2.991.933 €</b>	<b>2.944.015 €</b>	<b>5.935.948 €</b>	<b>2.991.351 €</b>	<b>2.941.770 €</b>	<b>5.933.121 €</b>	<b>2.990.615 €</b>	<b>2.940.719 €</b>	<b>5.931.534 €</b>	<b>2.990.714 €</b>	<b>2.940.525 €</b>	<b>5.931.239 €</b>
Steuern	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
<b>Zahlergebnis</b>	<b>1.547 €</b>	<b>10.000 €</b>	<b>11.547 €</b>	<b>7.470 €</b>	<b>12.438 €</b>	<b>19.908 €</b>	<b>8.052 €</b>	<b>14.682 €</b>	<b>22.738 €</b>	<b>8.588 €</b>	<b>15.734 €</b>	<b>24.322 €</b>	<b>8.689 €</b>	<b>15.928 €</b>	<b>24.617 €</b>
<b>Gekante Investitionen</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>	<b>-2.000 €</b>

# Planung 2022 – Wirtschaftsplan HVG

	Plan 2020	IST 2020	Plan 2021	HR 2021	PLAN 2022
<b>Umsatzerlöse</b>					
Rathausführungen/Schrägaufzug	238.000	3.309	0		120.000
Flohmarkt	107.000	8.494	50.000		80.000
Internationaler Feuerwerkswettbewerb	1.100.000	0	946.500		1.000.000
Maschseefest	900.000	0	947.966		950.000
Glitterbox	160.000	8.821	164.537		160.000
IDN-Boulevard	45.000	0	0		0
Pavillon (entfällt ab 2021)	1.500	0	0		0
Hannover Kongress	25.000	1.264	11.000		0
<b>Sonstige Betriebliche Erträge</b>	<b>4.000</b>	<b>358.912</b>	<b>500</b>	<b>326</b>	<b>500</b>
<b>Summe Erträge</b>	<b>2.580.500</b>	<b>380.799</b>	<b>2.120.503</b>	<b>326</b>	<b>2.310.500</b>
<b>Materialaufwand</b>	<b>2.122.713</b>	<b>117.328</b>	<b>1.822.473</b>	<b>8.835</b>	<b>2.012.000</b>
Rathausführung/Schrägaufzug	7.000	4.040	0		0
Flohmarkt	67.000	11.923	39.000	76	42.000
Feuerwerk	860.000	26.663	732.400	7.950	705.000
Maschseefest	758.713	65.920	892.898	808	900.000
Glitterbox	140.000	7.497	142.175		140.000
Nordkurve (entfällt ab 2021)	40.000	0	0		0
Pavillon (entfällt ab 2021)	5.000	0	5.000		0
Hannover Kongress	5.000	493	0		0
Leistungen HM(T)G	140.000	0	0		140.000
Leistung HMG	100.000	0	0		85.000
sonstige Veranstaltungen	0	0	0		
Werbung (PR- u. Öffentlichkeitsarbeit)	0	792	11.000		
<b>Personalaufwand</b>	<b>260.000</b>	<b>151.119</b>	<b>100.000</b>	<b>45.874</b>	<b>130.000</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>9.243</b>	<b>9.981</b>	<b>9.001</b>	<b>9.569</b>	<b>5.482</b>
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>180.905</b>	<b>151.825</b>	<b>186.611</b>	<b>129.613</b>	<b>159.649</b>
Raumkosten (anteilig)	13.100	11.030	12.500	6.262	7.000
Raumkosten Miete Trafo Maschseefest	23.895	23.954	23.895	24.003	24.000
Versicherungen und Beiträge	6.000	1.289	6.300	0	6.000
Bürobedarf (anteilig)	1.010	431	1.500	0	500
Kommunikation (anteilig)	29.000	32.554	32.500	26.496	27.000
Rechts- und Steuerberatung	6.600	6.993	4.300	3.406	8.000
Repräsentations- und Reisekosten	1.500	151	2.500	0	0
Buchführung, Abschluss- und Prüfungskosten	8.000	13.502	8.000	8.000	8.000
Kosten der Kontoführung	19.000	7.889	23.000	4.822	10.000
Mitgliedsbeitrag DEHOGA	2.200	2.144	2.116	2.146	2.149
Nicht abzugsfähige Vorsteuer	2.600	621	2.000	760	2.000
Sonstige betriebliche Aufwendungen	68.000	51.265	68.000	53.719	65.000
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>2.572.861</b>	<b>430.252</b>	<b>2.118.085</b>	<b>193.891</b>	<b>2.307.131</b>
<b>Steuern</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>7.639</b>	<b>-49.453</b>	<b>2.418</b>	<b>-193.565</b>	<b>3.369</b>

## Planung 2022 – Personalkostenplan HVG

2021	2022
Geschäftsführung	Geschäftsführung
Projektleitung 2 VZ	Projektleitung 1 VZ
Rathaus Tourist Info 0 TZ	Rathaus Tourist Info 3 TZ
Aushilfen - 0 student. Hilfskräfte - 0	Aushilfen - 2 student. Hilfskräfte - 2
<i>Sozialversicherungsanteil durchschnittlich 21,03 %</i>	<i>Sozialversicherungsanteil durchschnittlich 21,03 %</i>
<b>100.000 €</b>	<b>130.000 €</b>

**Beschluss zu TOP 4.1**  
**Wirtschaftsplanung HMTG 2022**

Wirtschaftsplan 2022 der HMTG

„Der Wirtschaftsplan 2022 der HMTG  
(inkl. Personal-, Investitions-, Maßnahmen- und 5-Jahres-Plan) wird,  
wie von der Geschäftsführung vorgelegt, vom Aufsichtsrat geprüft und gebilligt,  
von der Gesellschafterversammlung beschlossen.“

**Beschluss zu TOP 4.2**  
**Wirtschaftsplanung HVG 2022**

Wirtschaftsplan 2022 der HVG

„Der Wirtschaftsplan 2022 der HVG (inkl. Personalplan) wird, wie  
von der Geschäftsführung vorgelegt, vom Aufsichtsrat geprüft und gebilligt,  
von der Gesellschafterversammlung beschlossen.“

# Tagesordnung

- TOP 1 Begrüßung & Formalien
- TOP 2 Jahresabschlüsse 2020 von HMTG & HVG
- TOP 3 Gesellschafterangelegenheiten
- TOP 4 Planung 2022 ff.
- TOP 5 Bericht zur aktuellen Lage der HMTG & HVG**
  - 5.1 Bericht über Marketing-Aktivitäten 2021
  - 5.2 Finanzielle Situation/Jahresausblick (Kurzbericht)
- TOP 6 Verschiedenes und Termine

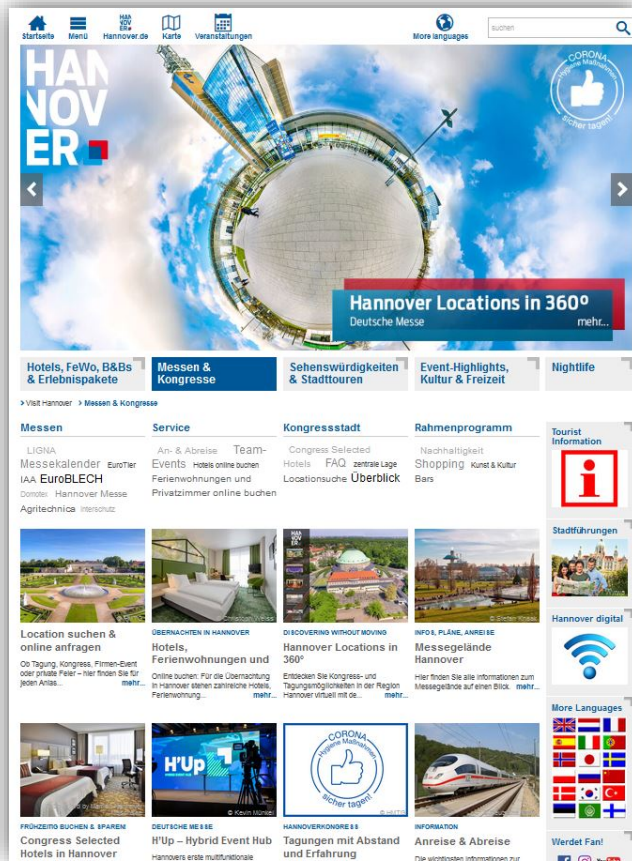
# HANNOVER



HannoverKongress & Projektstart vom „Hannover  
Kongress- und Veranstaltungsbüro“



## HannoverKongress – „Sicher tagen“ 2020 / 2021



„Sicher tagen“ & 360° Online

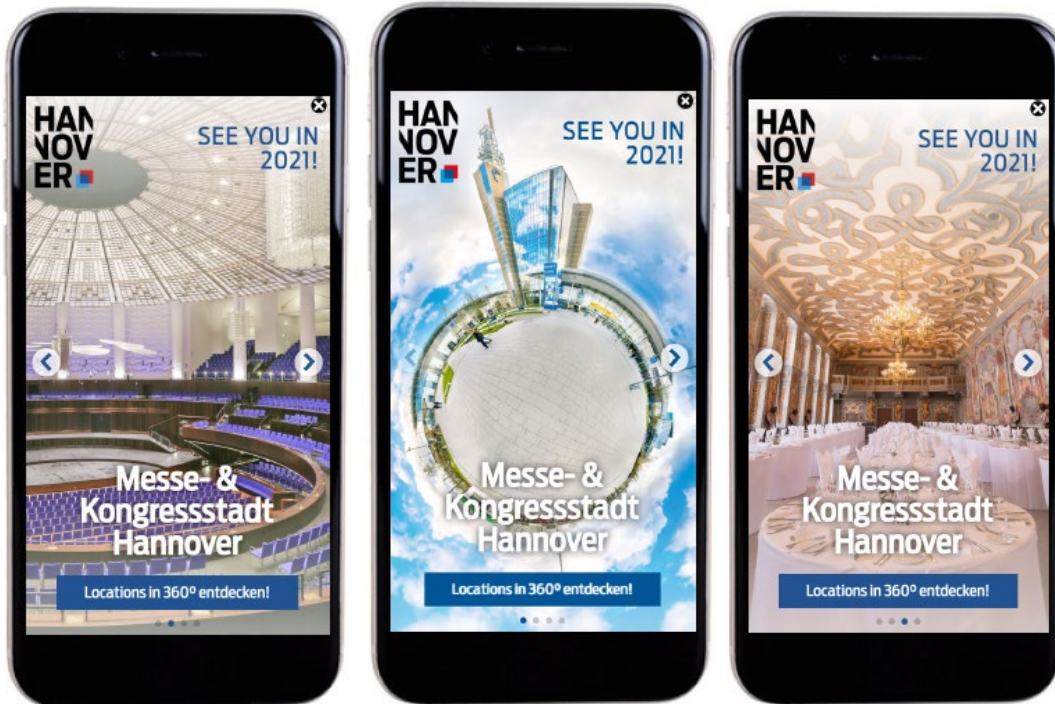
- „Sicher tagen“ – Corona-Hygienekonzept
- Über 50 Veranstaltungslocations mit 360° Inhalten
- B2B Bewerbung Online & Print
- Social Media Ads mit Targeting-Ziel „Entscheider“
- Anfragen und Buchungen für 28 Kongresse & Tagungen von März 2021 bis 2024



eMagazin



## „Travelling without moving“ 2.0 B2B - 360° Kampagne



Beispiele InApp Ads national

- InApp Ads **national** (Ströer)
- Schwerpunkt: Messe- und Kongressstadt Hannover
- November 2020 – Januar 2021 = 850.000 Impressionen
- Klickrate Ø 3,1% (positiver Richtwert von 1,5%)
- Zielgruppe: Entscheider in den Targeting-Gebieten 7 Bundesländer & 17 Großstädte

# „Travelling without moving“ 2.0 B2B - 360° Kampagne

**HannoverKongress**  
53 Follower  
Gesponsert

Enjoy a close-up experience of Hanover. Join us on a virtual journey of this city known for its trade fairs and find out more about its congress and conference facilities.

Hannover Messe

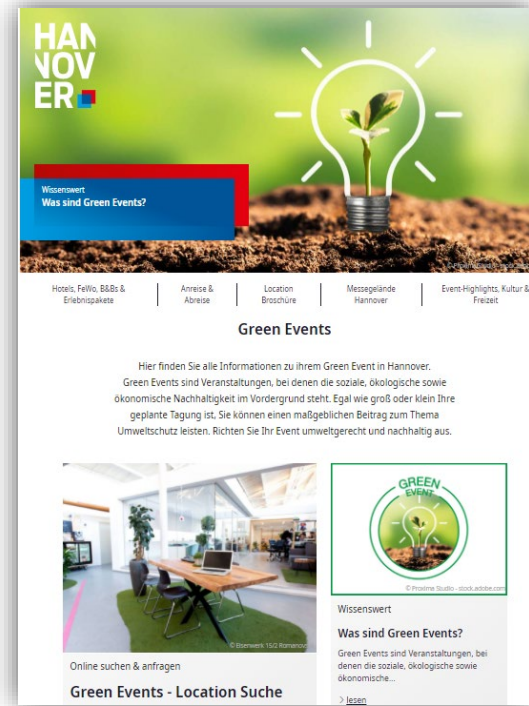
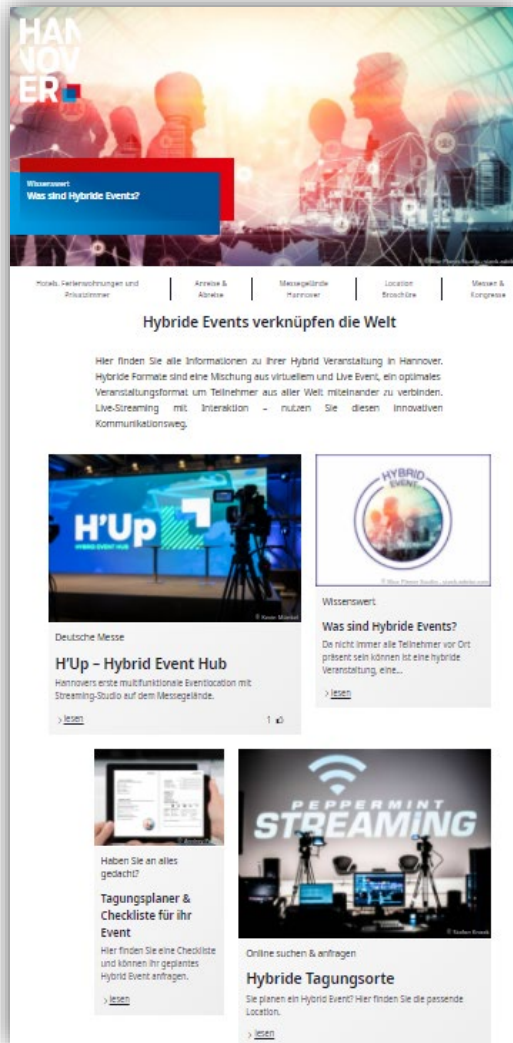
Hold trade fairs and conferences in the heart of Europe. Experience the 360° virtual tours now. [Mehr erfahren](#)

Beispiel Ads international

- Ads **international** (Madsack)
- November 2020 – Januar 2021  
= 139 Millionen Impressionen
- Google & LinkedIn Ads im europäischen Ausland (AT, CH, DK, NL, BE & PL)

## HannoverKongress – Hybride Events & Green Events

- Neue Subportale zu den Schwerpunktthemen Hybride Events und Green Events
- Reaktion auf veränderte Event-Ansprüche
- Themenbezogene Buchungsplattformen



Neue Subportale

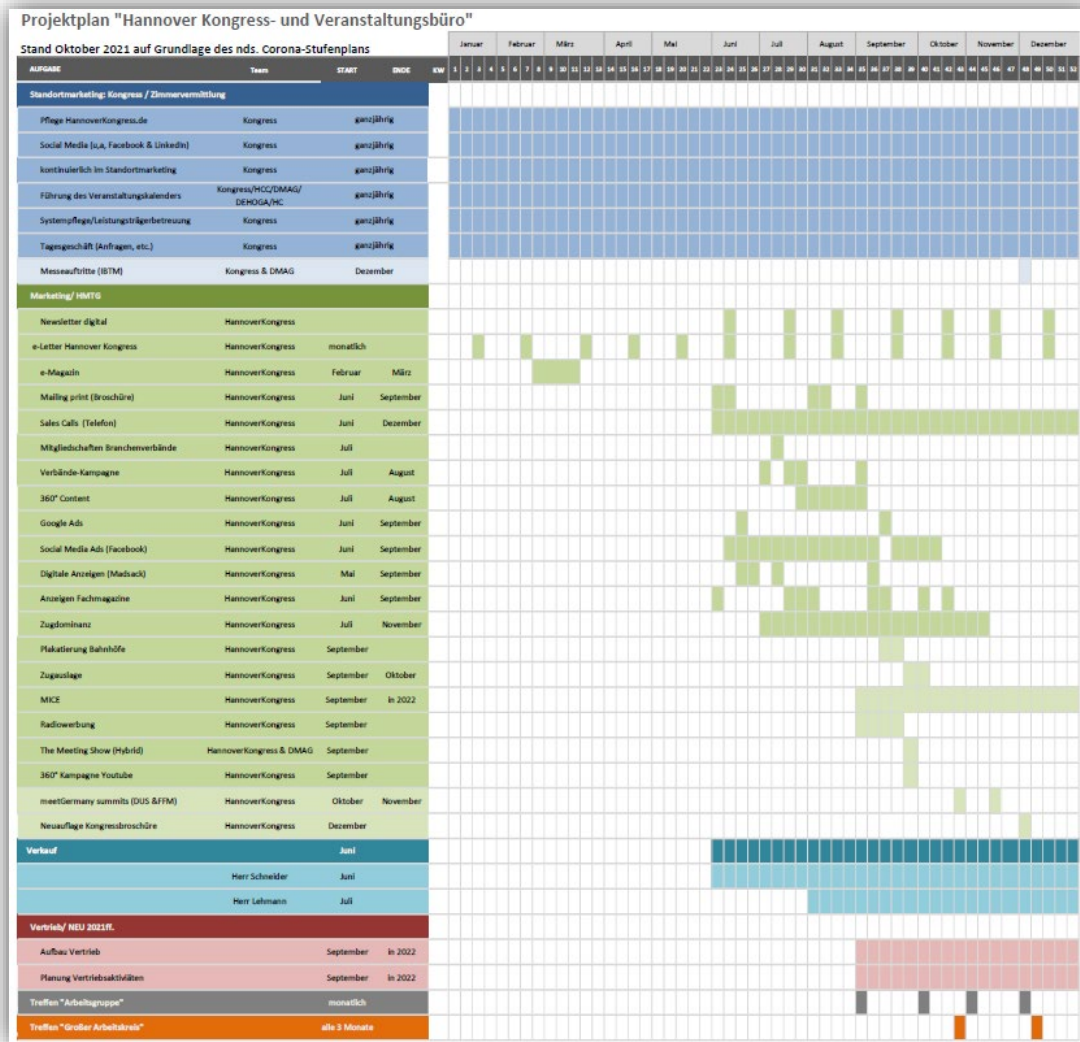
## Aufnahme der Aktivitäten „Projekts Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“ – Zielsetzung

- Der Aufsichtsrat der HMTG & HVG beschließt die Übernahme des Projektes „Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“ für die Jahre 2021, 2022 und 2023.
- Ziele des Projekts:
  - Steigerung des Bekanntheitsgrad des Standortes Hannovers für Messen, Kongresse und Events.
  - Anwerbung von Veranstaltungen aus dem Bereich MICE (Meetings, Incentives, Conventions & Events) zur Auslastung von Locations, Hotels und der Gastronomie (Profit-Events).
- Kooperationspartner dieser Kommunikationsmaßnahmen sind die DMAG, das HCC und die DEHOGA.

## Aufnahme der Aktivitäten „Projekts Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“ – Grundlagen

- HMTG stellt entsprechende Internetplattformen, sowie digitale Medien, die den Messe-, Kongress- und Veranstaltungsstandort präsentieren, zur Verfügung.
- HMTG stellt für die Abwicklung der Zimmervermittlung eine zentrale Online-Datenbank mit rund 430 Leistungsträgern (Hotels & Locations) zur Verfügung.
- Zu finden ist diese Datenbank auf [www.hannoverkongress.de](http://www.hannoverkongress.de), als Subportal von Hannover.de, und dem Touristik Online Management System (TOMAS).

## Aufnahme der Aktivitäten „Projekts Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“ – Projektplan



## Aufnahme der Aktivitäten „Projekts Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“ – Status Quo

- Aufbau einer Innen- und Außendienst-Organisation
- Einstellung von Mitarbeitern 2021:
  - 1 VZ Innendienst
  - 1 TZ Koordination Messeauftritte & Veranstaltungen
- Gemeinsame Umsetzung des festgelegten, im Aufsichtsrat abgestimmten, Projektplans mit Hilfe der HMTG Mitarbeiter. (Siehe Projektplan Folie 45)
- Aktiver Ansprache von Kunden/ Pre- & After-Sales
  - Rund 1.000 Sales Calls & Follow Ups
  - Teilnahme an The Meeting Show London
  - Besuch von Meet Germany Düsseldorf und Frankfurt a.M.
  - Teilnahme an IBTM Barcelona
- Recruiting einer Vertriebs- und Verkaufskraft 2022

## Aufnahme der Aktivitäten „Projekts Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“ – Status Quo

- Planung des Jahres 2022
  - IMEX Frankfurt a.M.
  - IBTM Barcelona
  - Veranstaltungen des GCBs
  - MEET Germany Summit Düsseldorf/ Frankfurt a.M.
  - Roadshows
  - FAM-Trips
- Weitere Planung 2022/2023/2024 gemäß verabschiedeten Budgetplans



# Planung 2022 – Wirtschaftsplan Projekt „Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“

	HR 2021	Plan 2022 (neu)	Plan 2023 (neu)	Plan 2024 (neu)
<b>Umsatzerlöse</b>				
Region Hannover	160.000 €	260.000 €	260.000 €	220.000 €
Landeshauptstadt Hannover	40.000 €	50.000 €	50.000 €	60.000 €
Marketingleistung HMTG (Medialeistung)	100.000 €	100.000 €	100.000 €	100.000 €
<b>Summe Erträge</b>	<b>300.000 €</b>	<b>410.000 €</b>	<b>410.000 €</b>	<b>380.000 €</b>
<b>Materialaufwand</b>	<b>232.000 €</b>	<b>261.000 €</b>	<b>261.000 €</b>	<b>235.000 €</b>
Marketingleistung HMTG (Medialeistung)	100.000 €	100.000 €	100.000 €	100.000 €
Homepage/Online	30.000 €	30.000 €	30.000 €	30.000 €
IBTM World Barcelona (Stand GCB)	19.000 €	19.000 €	19.000 €	19.000 €
Roadshow GCB	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €
IMEX Frankfurt (Stand 2022 alt; Anschließter GCB 2022 neu)	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
Reisekosten	1.000 €	17.000 €	17.000 €	11.000 €
optimale Events	0 €	25.000 €	25.000 €	15.000 €
Rücklage nicht beschlossene Maßnahme	37.000 €	25.000 €	25.000 €	15.000 €
<b>Personalaufwand</b>	<b>42.700 €</b>	<b>120.000 €</b>	<b>120.000 €</b>	<b>120.000 €</b>
Vertriebsleitung	0 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
Mitarbeiter Verkauf	40.000 €	40.000 €	40.000 €	40.000 €
Mitarbeiter 450€ Basis (2x)	2.700 €	0 €	0 €	0 €
<b>Abschreibungen</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>
<b>Sonstiger Betrieblicher Aufwand</b>				
Sonstige Verwaltung u. Fixkosten	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €
Fortbildungen	0 €	0 €	0 €	0 €
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>299.700 €</b>	<b>406.000 €</b>	<b>406.000 €</b>	<b>380.000 €</b>
Steuern				
<b>Jahresergebnis</b>	<b>300 €</b>	<b>4.000 €</b>	<b>4.000 €</b>	<b>0 €</b>

# Aufnahme der Aktivitäten „Projekts Hannover Kongress- und Veranstaltungsbüro“



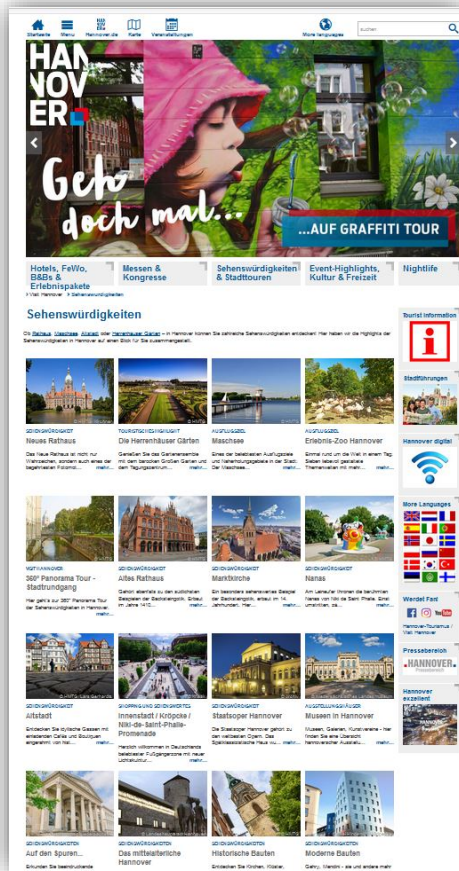
# HANNOVER



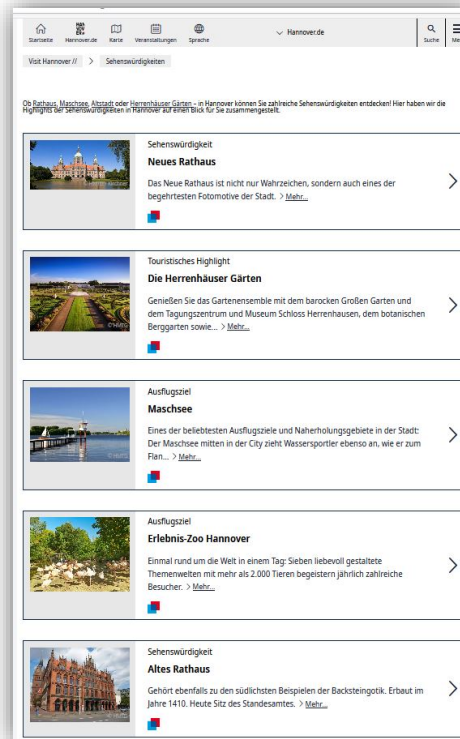
Relaunch [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com)



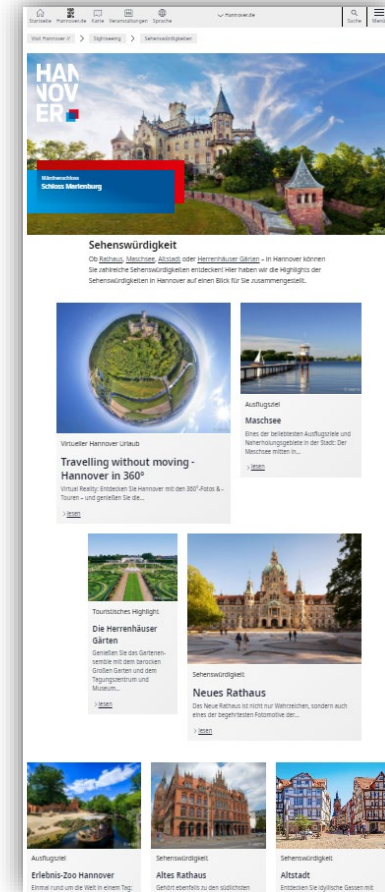
## Relaunch [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com) & Subportale



Ausgangssituation



Datenmigration



Manuelle Bearbeitung

## Relaunch [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com) & Subportale

- 28.000 Seiten, Ordner und Artikel mussten & müssen manuell auf Minimum 5 Ebenen umgebaut werden
- Bearbeitung von 19 Sprachversionen
- Manueller Umbau der Portale & Subportale
  - [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com)
  - [www.hannoverweb.de](http://www.hannoverweb.de)
  - [www.maschseefest.de](http://www.maschseefest.de)
  - [www.visit-hannover.com/urlaubsregion](http://www.visit-hannover.com/urlaubsregion)
  - [www.visit-niedersachsen.de](http://www.visit-niedersachsen.de)
  - [www.hannover-kongress.de](http://www.hannover-kongress.de)

# HANNOVER



Travelling without moving 2.0 B2C - 360° Kampagne



## „Travelling without moving“ 2.0 B2C - 360° Kampagne

**HANNOVER**

*Travelling without moving*

Reisen ohne sich zu bewegen – die virtuellen 360° Touren durch die Urlaubsregion Hannover machen das möglich!

Je nach Interesse können Hannover-Fans virtuell auf eine Tour durch das Neue Rathaus, die hannoversche Altstadt, die Herrenhäuser Gärten oder die Marienburg gehen.

Die Perspektiven der virtuellen Touren verleihen den Sehenswürdigkeiten eine besondere Aussagekraft und lassen so bekannte und unbekannte Orte zu einem neuen Erlebnis werden.

[www.VISIT-HANNOVER.com](http://www.VISIT-HANNOVER.com)

Advertorials

- Fortführung der 360° Kampagne aus 2020
- Aufbau auf Kampagnen-Awareness aus 2020
- Laufzeit: 2. Lockdown bis 2021
  - Online (Webseiten & Social Media)
  - InApp Ads & Online-Ads
  - ICE Zugdominanz
  - Großflächenplakate Bahnhöfe
  - Panoramaplakate Flughafen HAJ

## „Travelling without moving“ 2.0 B2C - 360° Kampagne



- 39 Plakatflächen an Bahnhöfen DE
- Ausstattung von 2 ICE mit 42 Plakatstellen
- Deutschlandweit



Plakatierung Bahnhöfe, norddeutsche Großstädte

ICE Deutschlandweit



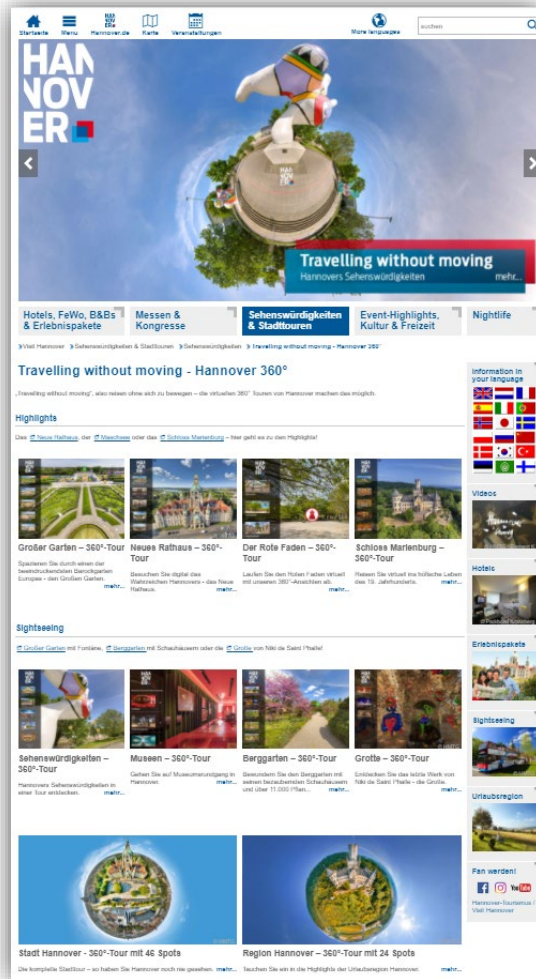
## „Travelling without moving“ 2.0 B2C - 360° Kampagne



Beispiele InApp Ads national

- InApp Ads national (Ströer)
- Schwerpunkt: Kultur in Hannover
- November – Dezember 2020 = 2,9 Millionen Impressionen
- Klickrate Ø 3,4 % (positiver Richtwert von 1,5%)
- Zielgruppe: Kulturinteressierte & Reiseaffine aus den Targeting-Gebieten 7 Bundesländer & 17 Großstädte

## „Travelling without moving“ 2.0 B2C - 360° Kampagne



- 4,5 Millionen Impressionen & 120.000 Interaktionen auf Facebook
- Verweildauer durchschnittlich 1:50 Minuten (England bis 4:00 Minuten)



# HANNOVER



Kampagne „Fahr/Geh doch mal“



# Kampagne „Fahr doch mal“ – Kulturlandschaften der Urlaubsregion



- Herbst-Kampagne 2020 zur Bewerbung der Urlaubsregion Hannover
- Plakatierungen in Stadt und Region Hannover
- Advertorials & Online Ads (u .a. Madsack)



## Kampagne „Geh doch mal“ – Stadtkultur erleben



- Erweiterung der Kampagne „Fahr doch mal...“ zur Bewerbung von Spaziergängen in der Stadt Hannover auf eigene Faust
- Reaktion auf die Corona-Verordnungen ab November 2020
- Plakatierungen in Stadt und Region Hannover
- Advertorials & Online Ads (u .a. Madsack)



Plakatierungen

## Kampagne „Entdecker auf Tour“



Plakatierungen

- Ausbau der Herbst-Kampagne 2020 „Geh doch mal“
- Unterstützende Plakatierungen in Stadt und Region Hannover
- An rund 300 Stellen in den KW 5 & 6 2021



# HANNOVER



#aufregendunaufgeregt – Re-Start Kampagne



## Re-Start Kampagne - 1. Plakatierung #aufregendunaufgeregt

- Standby-Plakatierung über Ströer
- Unsere Natur, unsere Kultur & unser Stadtleben
- Geplante Laufzeit: April - Mai 2021 (Lockdown)  
-> bis September 2021
- 1.500 Großflächen-Plakate & 1.500 Ganzsäulen



Beispielmotive Ganzsäulen

Beispielmotiv Großflächen



## Re-Start Kampagne – Sommer-Plakatierung #aufregendunaufgeregt

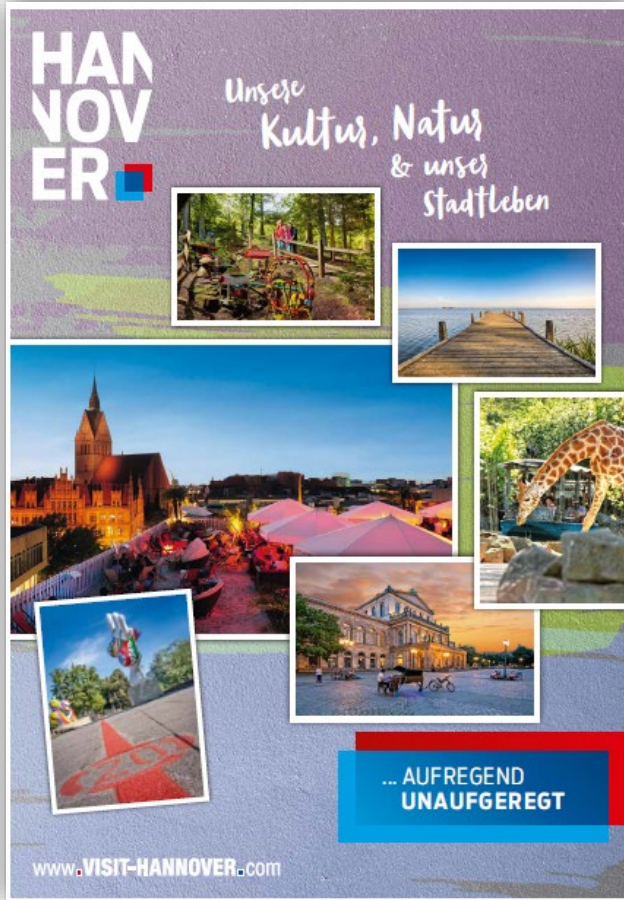
- 380 Großflächen-Plakate
- 100 km um Hannover in Städten und Bahnhöfen
- Zoo Hannover, Herrenhäuser Gärten und die Urlaubsregion Hannover



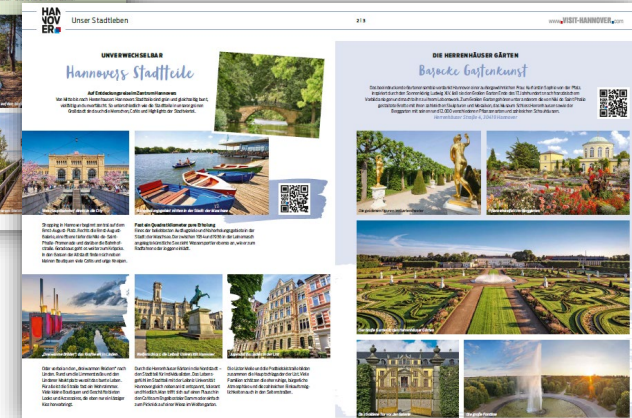
## Re-Start Kampagne – Sommer-Plakatierung #aufregendunaufgeregt



## Re-Start Kampagne – Quartalsbeilage #aufregendunaufgeregt



- Quartalsbeilage in Madsack Medien
- Raum Hannover, Göttingen, Lüneck, Kiel, Soltau, Uelzen, Lüneburger Heide, Celle, Peine, Walsrode, Minden, Schaumburger Land, Nienburg, Bielefeld, Paderborn
- Print & digital
- Auflage: 700.000 Exemplare




Einblick Quartalsbeilage

## Re-Start Kampagne – Advertorial #aufregendunaufgeregt



### „Relaxte Schwester von Berlin“

@Linda van de Pavoordt  
Niederländisches Bahnmagazin „Spoor“




**UNVERWECHSELBAR – Hannovers Stadtteile**  
Hannovers Stadtteile sind grün und gleichzeitig bunt, vielfältig und unverfälscht. So unterschiedlich wie die Stadtteile in unserer grünen Großstadt sind auch die Menschen, Cafés und Highlights der Stadtviertel.




**KULTUR FOR FREE – Kostenlose Rundgänge auf eigene Faust**  
Sechs kostenlose Stadtspaziergänge vermitteln einen tollen Überblick über die Stadt. Das Beste daran: Jeder entscheidet selbst, wann und wo gestartet wird, wie lange an einem Ort verbleiben wird und wann Zeit für eine Pause ist.


**NATURERLEBNISSE – Naherholung mitten in der Stadt**  
Hannover bietet die optimale Kombination aus Großstadtlair und attraktiven Naturerlebnissen. Der Maschsee im Herzen der Stadt und das beeindruckende Gartensenble Herrenhäuser Gärten laden zu ausgedehnten Spaziergängen im Grünen ein.




**AUSZEIT IM GRÜNEN – Die Region entdecken**  
Das Umland von Hannover hat Erlebnisse für die ganze Familie zu bieten: Schloss Marienburg ist die ehemalige Sommerresidenz der Welfen und begeistert mit nahezu komplett erhaltener Inneneinrichtung. Im 20 Kilometer langen und etwa vier Kilometer breiten Mittelgebirgszug Deister wird das Wandern zum Genuss. Das Steinhuder Meer bietet ideales Strandvergnügen, Wassersportmöglichkeiten und erlebnisreiche Fahrradwege.





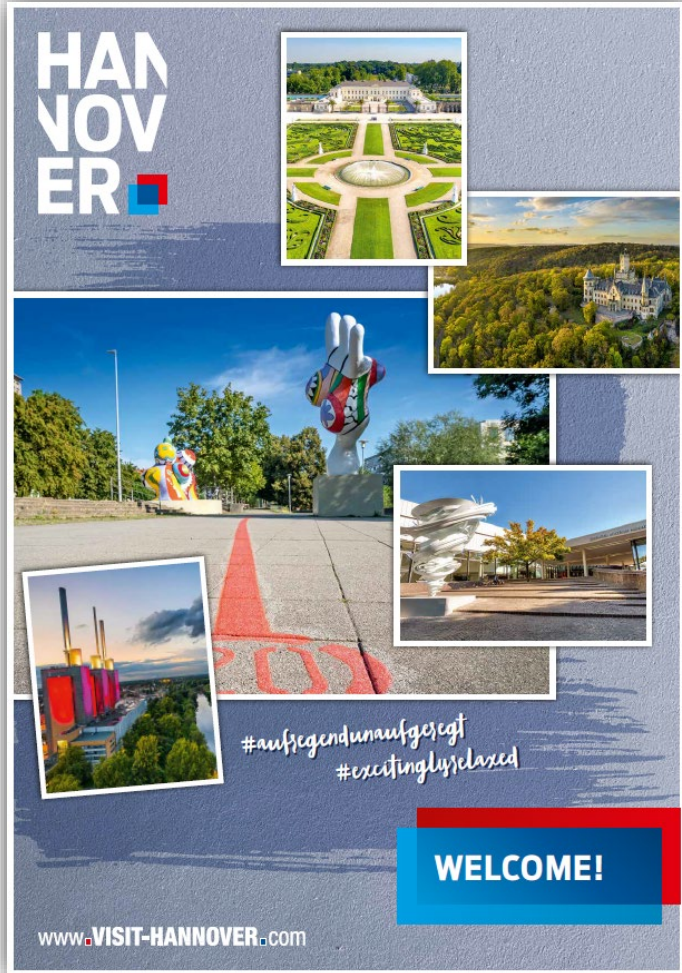


**# AUFREGEND UNAUFGEREGT**

[www.VISIT-HANNOVER.com](http://www.VISIT-HANNOVER.com)

- Advertorial zu den Kampagnenthemen Kultur, Natur und Stadtleben
- Laufzeit: August
- Großraum Berlin
- Gesamtauflage: 106.000 Exemplare
- „Relaxte Schwester von Berlin“ – bewusstes Spiel/ Aufräumen mit den Klischees

## Re-Start Kampagne – Zugauslage DE & EN #aufregendunaufgereg



- Zweisprachige (DE & EN) Zugauslage in ICEs deutschlandweit  
-> Weiterführung in Strecken AT, CH, NL, BE und FR
- Laufzeit: Ende August
- Auflage: 33.000 Stück



## Re-Start Kampagne - visit-hannover.com #aufregendunaufgeregt

Startseite Hannover.de Veranstaltungen Sprache Portal wählen Suche Menü

Visit Hannover // > Aufregend unaufgeregt

### Aufregend unaufgeregt

**Wir sind der Geheimtipp, der das Leben lebt, statt darüber zu reden.**  
Wir stehen für das Gefühl, unaufgeregt über den Dingen zu stehen. Nicht zu groß, nicht zu klein, nicht zu laut, nicht zu leise: Hier trifft Urbanität auf entspanntes Leben im Grünen. Aufregend unaufgeregt und das in allen Bereichen, die für einen Lebensort wichtig sind.

#### Unsere Kultur

Die Kulturregion, in der jeder zum (Mit-)Leben willkommen ist.

> [lesen](#)

#### Unsere Arbeitswelten

Hannover ebnet den Weg als leistungsfähiger und zukunftsorientierter Workspace in Niedersachsen.

> [lesen](#)

#### Unsere Natur

Pulsierende Großstadt trifft auf entspanntes Leben im Grünen.

> [lesen](#)

#### Unser Stadtleben

Nicht zu groß, nicht zu klein, nicht zu laut und nicht zu leise.

> [lesen](#)

Visit Hannover // > Aufregend unaufgeregt > Unsere Natur

### Unsere Natur

Sprache auswählen

*Pulsierende Großstadt trifft auf entspanntes Leben im Grünen.*

*Aufregend unaufgeregt: Unsere Natur*

Mit Spitzenplatzierungen im Freizeit- und Naherholungswert bietet die grüne Großstadt spannende Perspektiven. Denn bewusste Lebensgestaltung und Nachhaltigkeit spielen auch für uns immer wichtigere Rolle. Mit attraktiven Naherholungsgebieten mitten in der Stadt, wie beispielsweise dem Maschsee oder der Eilenriede, Europas größtem Stadtwald, gehören wir zu den grünsten Metropolen Deutschlands mit tollen Kulturlandschaften. Der Deister im Süden, das Steinhuder Meer im Westen und die Heidelandschaft im Norden bieten vielfältige Möglichkeiten für Wandern, Radfahren, Reiten oder Wassersport. Besonders bei Familien ist der Erläbnis-Zoo Hannover beliebt. Unter dem Motto „Einmal rund um die Welt in einem Tag“ kann man mehr als 2.000 Tiere in sieben Themenwelten entdecken. Das Beste daran: 90 Prozent aller Einwohner\*innen "sehr gern" und "gern" in Hannover.

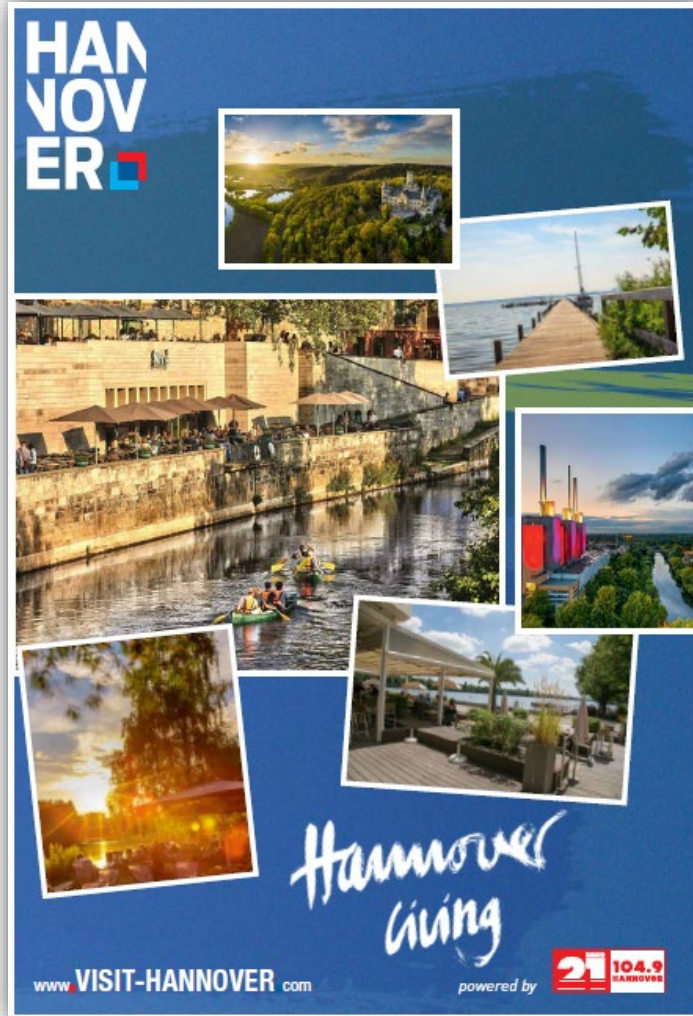
# HANNOVER



Hannover Living – Junges Hannover



## Hannover Living – Junges Hannover eMagazin

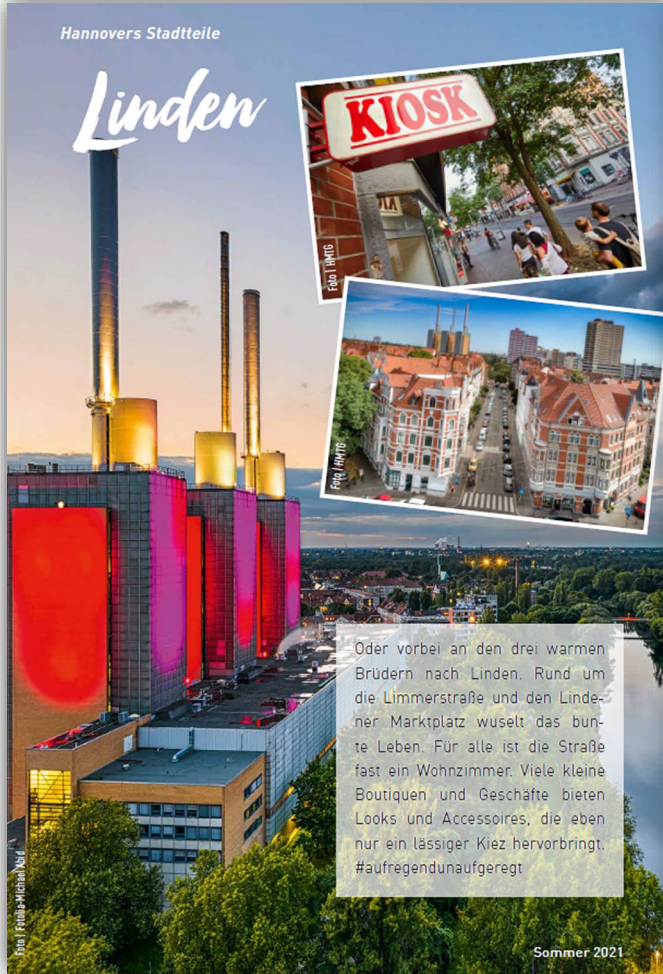


- Neues eMagazin „Hannover Living“
- Digitale Aufbereitung der Kampagnen-Inhalte #aufregendunaufregert:
  - Stadtteile, Ausflugsziele, Kultur for free
  - Natur, Rad- und Wassersport, Camping
  - Camping, Hotels
  - Biergärten
- Interaktiv digital erlebbar durch klickbare 360° Grafiken (TWM), Verlinkungen und Angebote





## Hannover Living – Junges Hannover eMagazin



Die Lister Meile und die Podbielskistraße sind die zwei Hauptschlagadern der List. Viele Familien schätzen die eher ruhige, bürgerliche Atmosphäre und die zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten auch in den Seitenstraßen. #aufregendunaufgeregt

### Online Ads & Banner:

- Mobile (Smartphone & Tablet)
- Desktop



Social Ads

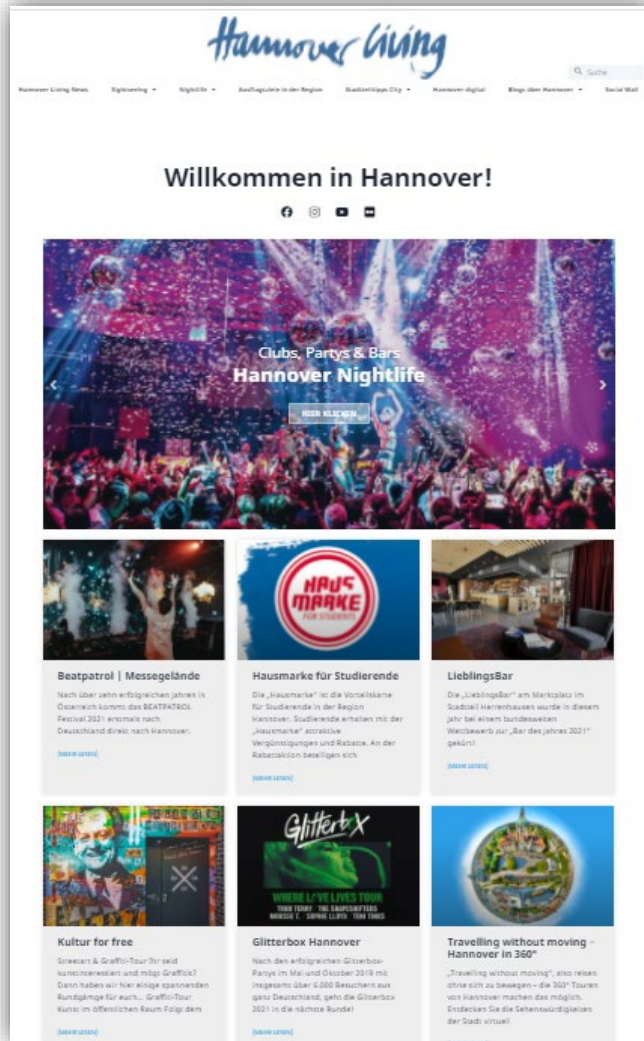


Google Display



Eventbanner 360°

## Hannover Living – Junges Hannover Blog Relaunch/ App - Interaktion mit Usern



- Relaunch Hannover-Living Blog & App
- Basisplattform für die mobilen Anwendungen
- Aufbau eines "CC0-Bereichs" zur Funktion einer Open-Data Plattform mit lizenzfreie Fotos und Texten

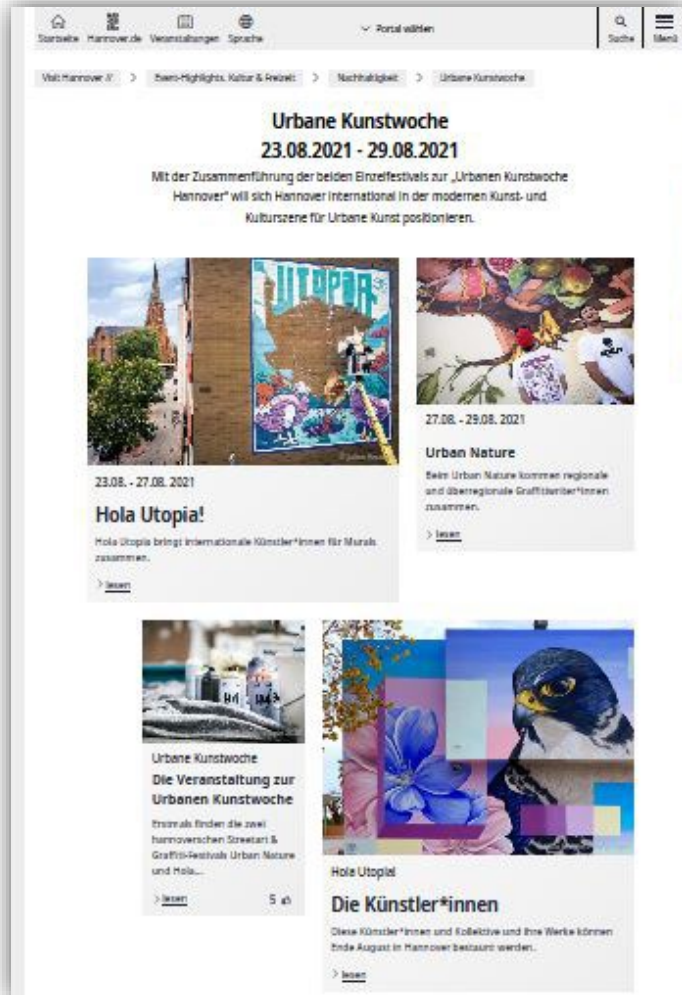


# HANNOVER



Kunst & Kultur

## Urbane Kunstwoche – Online



- 1. Urbane Kunstwoche Hannover
- Zusammenschluss der hannoverschen Streetart- & Graffiti-Festivals
- Zusammenarbeit Künstler\*innen, LHH und HMTG
- Zielgruppe: Niedersachsen/ Norddeutschland; jung & kunstaffin



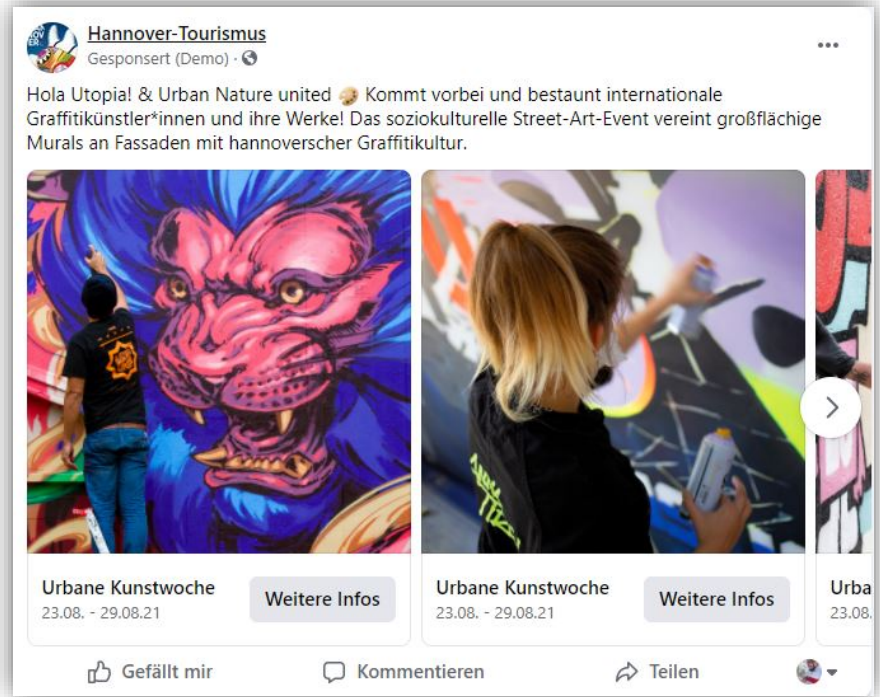
Pressetermin 26. August

## Urbane Kunstwoche – Online



Instagram-Story

- Social Media Kampagne Facebook / Instagram
- Ads, Feed Postings & Story-Elemente
- 81.000 Social Media Impressions



Facebook Ads

## Urbane Kunstwoche – Plakatierung



Plakatierung CityLightPoster

- Plakatierung von Ganzsäulen, Großflächen-Plakaten & CityLightPoster in
  - Stadt & Region Hannover
  - Braunschweig
  - Bremen
  - Göttingen
  - Lüneburg



Plakatierung Großfläche



## Kunst, Museen & Stadtteile – Plakatierung

- Begleitend zur Urbanen Kunstwoche
- Schwerpunktthemen Kunst, Museen & Hannovers Stadtteile
- Plakatierung in Stadt und Region Hannover



Plakatierung Ganzsäule „Museen“



Plakatierung Großfläche

## Re-Start Kampagne Kultur in Hannover

- Plakate in Stadt und Region, Social Media Bewerbung und Präsenz auf [www.visit-hannover.com](http://www.visit-hannover.com)
- Unterstützung der Kulturszene Hannover in Kooperation mit dem Kulturbüro LHH, dem Freundeskreis Hannover e.V., der Madsack Mediengruppe & der Sparkasse



# HANNOVER



Touristische Angebote

## Re-Start Städtetourismus – Welcome back

**HANNOVER**

*Welcome back* family & friends

**Lust auf eine kleine Auszeit?**  
Dann sei zu Gast in deiner Stadt –  
und lad dir Freunde ein!

- 20 € pro Hotelstern, pro Zimmer und Nacht, inkl. Frühstück
- Ein Übernachtungsgast mit Wohnsitz in der Region Hannover
- Buchung eines zusätzlichen Zimmers für Familie und Freunde
- Aktionszeitraum: 1. Juli – 1. August 2021
- Über 40 teilnehmende Hotels buchbar

[www.VISIT-HANNOVER.com/welcomeback](http://www.VISIT-HANNOVER.com/welcomeback)

**Hier buchen**

- Angelehnt an „Zu Gast in deiner Stadt“ mit angepassten Konditionen: Hannoveraner buchen 2. Zimmer für Familie & Freunde (nicht wohnhaft in Stadt/Region Hannover)
- Über 600 Teilnehmer (Stand 7. Juli)
- Kulturpaket: Kunst und Kultur in Hannover
- 2:1 Aktion Stadtrundgänge und Stadtrundfahrten

Interstitial

## Re-Start Städtetourismus – Übernachtungszahlen

„( ..... )In diesem Sommer waren wir definitiv ein Familien- statt Businesshotel, gemessen an den Schwimnudeln, die durch die Lobby zum Pool getragen wurden!“

- Sebastian Gonschorek, Direktor des Best Western Premier Parkhotel Kronsberg

- Anstieg der Übernachtungszahlen (im Vergleich zu 2020):

LHH      +36,5 % im Juli & 35,7 % im August

Region    +18,4 % im Juli & 20,7 % im August

## Stadtführungen & Erlebnispakete – Hannover verschenken



- Bewerbung von 9 Erlebnispakete „zum Verschenken“
- Leporello-Flyer, Auflage 204.000 Stück
- Verteilung in Stadtmagazinen und rund 1.700 Geschäfte in Niedersachsen, Hamburg, Bremen und **KS**
- Zeitraum: November & Dezember

### Leporello



#### Beste-Freundinnen-Wochenende in Steinhude

Bereits in den zwanziger Jahren sangen Mariene Dietrich und Margo Lion das unvergessene Chanson „Wenn die beste Freundin mit der besten Freundin.“ Das gilt auch heute noch: Zeit die Mädels einzupacken und ein wundervolles Wochenende am Steinhuder Meer zu verbringen!

**Buchbar:** Oktober 2021 bis März 2022

1 Übernachtung p. P. ab € 205,-



#### Ihr Erlebnispaket beinhaltet:

- Gemütliche Hotelzimmer am Steinhuder Meer inkl. Frühstück
  - Abendmenü inklusive Aperitif
  - Exklusiver Make-up-Workshop
  - Beauty-Paket: Peeling, Augenbrauenkorrektur, Maske und Verwöhnmassage\*
  - Foto-Shooting durch eine professionelle Portraitfotografin (2 Aufnahmen in der Größe 13 x 18 cm)
  - Abendessen im gemütlichen Ambiente\*
- \* nur bei 2 Übernachtungen

2 Übernachtungen p. P. ab € 355,-



#### Erlebnis-Zoo Hannover – Eine tierische Weltreise

Afrika, Nordamerika, Asien und Australien liegen hier direkt nebeneinander! Rund 2.000 Tiere aus 186 faszinierenden Arten leben in sieben einzigartigen Themenwelten. Tierfütterungen, Tiervorstellungen und eine Bootsfahrt auf dem Sambesi inklusive!



#### Tipp

Erleben Sie den Christmas Garden im Erlebnis-Zoo Hannover im Paket mit Übernachtung ab 195,- €

#### Ihr Erlebnispaket beinhaltet:

- 1 Übernachtung im DZ, EZ, DZ mit Zustellbett oder im Familienzimmer inkl. Frühstück im 4\*\*\*\* Hotel
- 1 Eintrittskarte für den Erlebnis-Zoo Hannover pro Person

**Buchbar:** März bis Oktober  
Kinder bis einschließlich 14 Jahre

2 Erw. + 1 Kind ab € 165,-

Weitere Preise auf Anfrage



#### Hannover explosiv

#### 30. Internationaler Feuerwerkswettbewerb 2022

„5 Termine – 5 Teams – 5 Kontinente“ - unter diesem Motto ist im nächsten Jahr die Welt zu Gast beim Internationalen Feuerwerkswettbewerb in den barocken Herrenhäuser Gärten. Vor der Feuerwerksshow der internationalen Pyrotechniker stehen Picknick, Kleinkunst und Live-Musik auf dem Programm.

- Ihr Erlebnispaket beinhaltet:**
- 1 Übernachtung im DZ oder EZ inkl. Frühstück im 3\*\*\*\* oder 4\*\*\*\* Hotel
  - Eintrittskarte für den 30. Internationalen Feuerwerkswettbewerb

3\*\*\*\* Hotel € 80,-

p. P. im DZ, p. P. im EZ: € 109,-

4\*\*\*\* Hotel € 90,-

p. P. im DZ, p. P. im EZ: € 115,-

#### Termine 2022:

- 🇺🇸 28. Mai Australien, 🇨🇳 11. Juni China, 🇩🇪 20. August Mexiko, 🇩🇪 3. September Südafrika, 🇵🇱 17. September Polen

## Stadtführungen & Erlebnispakete – Hannover verschenken

- Plakatierung Radius 100km um Hannover
- Rund 560 Stellen – CityLight & Großflächen
- Zeitraum: November & Dezember



Stadtführungen & Erlebnispakete – Hannover verschenken

**HANNOVER**

GOP WINTERVARIÉTÉ

OPERNBALL

#aufgendumaufgeregt

**HANNOVER VERSCHENKEN!**  
INT. FEUERWERKSWETTBEWERB

www.VISIT-HANNOVER.com

**HANNOVER**

OPERNBALL

CHRISTMAS GARDEN IM ERLEBNIS-ZOO

#aufgendumaufgeregt

**HANNOVER VERSCHENKEN!**  
GOP WINTERVARIÉTÉ „SOMBRA“

www.VISIT-HANNOVER.com



## Stadtführungen & Erlebnispakete – Hannover verschenken

**HAN  
NOV  
ER**

**HANNOVER VERSCHENKEN!**  
CHRISTMAS GARDEN IM ERLEBNIS-ZOO

#aufregendunaufgeregt

www.VISIT-HANNOVER.com

GOP WINTERVARIÉTÉ

INT. FEUERWERKSWEITWERB  
Christmas Garden/Wintergarten, GOP Winter-Phantasie, Stadtkönig Hannover, Media Berlin

OPFERINGALL

# HANNOVER



Urlaubsregion Hannover



## Urlaubsregion Hannover - Kooperationen „Deutscher Wanderverband“

**INFO**  
Hannover Tourist Information  
Ernst-August-Platz 8, 30159 Hannover  
Tel.: +49 511 1234511  
Fax: +49 511 1234512  
info@hannover-tourist.info  
www.visit-hannover.com/tourist/info



Die neogotische Schloss Marienburg © HM/ST




Mit dem Rad auf der Moorroute © T. Langreder

### Die Urlaubsregion Hannover erfahren

Deutschland im Kleinen – Raderlebnisse zu Natur und Kultur

**D**ie Region Hannover ist so etwas wie Deutschland im Kleinen. Ob Maschsee, Deister, Nordhannoversche Moorgeest oder Steinhuder Meer: hier erleben Sie Natur und Kultur auf ganz unterschiedliche Weise. 1000 Kilometer mist allein das Freizeitradwegenetz, das Sie zwischen Maschsee und Steinhuder Meer, vom Deister bis in die seihenem sieben Moore befahren können. Vielfältige, ausgeschilderte Radthemenrouten führen an Strände, durch rauschende Wälder, in blühende Parks und zu den kulturellen Leuchtstätten der Region.

Ein großes Plus für Ihren klimafreundlichen Ausflug ist die vorbildliche Anbindung an das Regional- und S-Bahnnetz: Die Bahnhöfe unterwegs eignen sich bestens, um Touren zu verkürzen, zu ändern oder gleich zum Ziel zu fahren – und von dort per Rad zurück. Unser Tipp: Nutzen Sie die kostenlose Fahrrad-App mit Navigation und allen Freizeitroutes. Sie lässt sich auch offline nutzen,

mit anderen teilen und hat eine Sprachfunktion. Informationen zum App-Download sowie Karten zum Planen finden Sie unter [www.visit-hannover.com/radfahren](http://www.visit-hannover.com/radfahren).

Vier variantenreiche Raderlebnisse in der Urlaubsregion Hannover stellen wir Ihnen im Folgenden zum Kennenlernen vor.

**Kulturroute**  
**800 Kilometer Hochgenuss**  
In 15 Tagesetappen radeln Sie durch idyllische Dörfer, lebendige Stiche mit sehenswerter Kunst und Kultur weit über die Region Hannover hinaus. Das malerische Celle gehört dazu wie das Schöckland in Peine oder die Ratzenfänger-Pflichtspiele in Hameln.

**Mittellandkanal-Route**  
Immer am Wasser entlang  
Verträumte Yachthäfen, malerische Städtchennähe, historische Brückenbauwerke und die spektakuläre Anderter Schleuse von 1928 sind

nur einige geschichtreiche Ahaufaktionen auf diesem schaumigen Themenweg.

**Nordhannoversche Moorroute**  
Von Moor zu Moor  
Artenvielfalt haunah: In aller Stille verfließt der lauschige Erlebnisradweg durch sieben verschiedene Moore und gibt Einblicke in seltene Tier- und Pflanzenwelten. „Nachhilfe“ dazu gibt es im Moorinformationszentrum in Renne oder im Naturparkhaus Steinhuder Meer.

**Leine-Heide-Radweg**  
Biotope, Schlösser und Seen  
Auf dem naturnahen Radweg entlang der Leine liegen die Gärten der Schweiz mit dem Strandbad Blauer See und Neustadt am Rübenberge mit Schloss Landersrot. Sie können auch gen Süden radeln – von Biotoop zu Biotoop, zum Park der Sinne und der majestätischen Marienburg.

Für Urlaub mit Kindern und nachhaltig, denn Sie haben Zugang mit dem Zug nach Hannover und von dort

- Advertorials zu
  - Nachhaltig Wandern in der Urlaubsregion - Jahresmagazin
  - Fahrrad-Special – Frühjahrsausgabe
- 30.000 - 40.000 Auflage Print
- eMagazin ganzjährig online

### Nachhaltig wandern in der URLAUBSREGION HANNOVER

Leben leichter ermahnen, das aufleben und pöckeln – ein Erlebnis

**Moore-Naturerlebnis** Die One-Shotter-Route (2,4 km) von Hertenstedt aus, zur Fußkammer und zum Hertenstedter Moor, über die Strohhecken in der Mäcker und einem zauberhaft auf dem Grödenweg. Das Moor in der Gegend ist ein Naturerlebnis und gehört zu den schönsten in der Region. In der Mäcker-Heide sind die Strohhecken ein beeindruckendes Schauspiel. Die Strohhecken sind ein Naturerlebnis und gehören zu den schönsten in der Region. In der Mäcker-Heide sind die Strohhecken ein beeindruckendes Schauspiel. Die Strohhecken sind ein Naturerlebnis und gehören zu den schönsten in der Region.

**Die Route** Die Route führt von Hertenstedt aus, über die Strohhecken in der Mäcker und zum Hertenstedter Moor, über die Strohhecken in der Mäcker und zum Hertenstedter Moor, über die Strohhecken in der Mäcker und zum Hertenstedter Moor.



**Tipp**  
Strenge Sonne – Größe aus Sichtweite  
Auch dem Lande Pögel Lang, obwohl keine Gegend zu der mit große Dörfer in die Gegend. Lange werden sie Hannover ermahnen. Der Gen-Gesellschaft mit der Spätere ist ein großer Spaß, verbunden mit viel Natur (2,4 km in Richtung).

**Nordhannoversche Moorroute**  
Viermal gefahren  
Sollten Sie sich unter den vier Themen-Routen, sind die Strohhecken in der Mäcker, sind die Strohhecken in der Mäcker, sind die Strohhecken in der Mäcker, sind die Strohhecken in der Mäcker.

**Strohhecken – Kunst für alle**  
In der Mäcker-Heide sind die Strohhecken ein beeindruckendes Schauspiel. Die Strohhecken sind ein Naturerlebnis und gehören zu den schönsten in der Region.

## Urlaubsregion Hannover- Advertorial

**Urlaubsregion Hannover**

Das Märchenschloss Marienburg bietet bei gutem Wetter einen Fernblick bis Hannover.



**Calenberger Land: Hofläden, Wasserbüffel und Traumschloss**

Um sich einen Überblick über das etwa 20 mal 30 Kilometer große Calenberger Land südwestlich von Hannover zu verschaffen, gibt es drei ideale Standorte: Vom Kloster Wülfinghausen, vom Haldenkogel das Besucherbergwerks Klotzerstollen Barzingshausen und natürlich vom 40 Meter hohen Schloss Marienburg bieten sich beste Blicke über die leichten Hügel, weiten Felder, Wiesen und Wälder. Es ist diese abwechslungsreiche Natur, die Wanders- und Radfahrer in die grüne Gegend zwischen der Lahn im Osten, dem Deister im Süden und dem Mittellandkanal im Norden lockt. Ihr Urlaub vom Alltag wird zum Wilmensurlaub und nachhaltig, denn Sie fahren bequem mit dem Zug nach Hannover und von dort in kurzer Zeit per S-Bahn an Ihren Lieblingsortpunkt – und vom Wander- Ziel zurück.

**Vom Land bis in die Stadt**

**Ideal – von Kloster zu Kloster**

Neben dem Landschaftsreichtum im Calenberger Land liegen herrliche Orte auf dem Weg zu einem Barzingshausen, Gahden und Pattensen oder Romberg, Springe und Wülfinghausen. Dazu kommen die ehemaligen Klöster, oft bestückt mit einem Klosterladen. Immer dabei ist eine Einladung zu einer Führung. Das Interessante: Diese heute noch aktiven Klöster aus dem 13. Jahrhundert überstanden die Reformation, wurden zu evangelischen Damenstiften und sind heute der Klosterkammer Hannover unterstellt. Einmalenswert ist etwa das Haus der 991a im Kloster Wülfinghausen. Dort können Gäste eine Auszeit vom Alltag nehmen. Schon allein der Blick vom Weydenhof des Klosters in die Wälder des Calenberger Landes ist einmalig schön. Das Kloster Wülfinghausen hält für Besucher Übernachtungsmöglichkeiten bereit (nach Voranmeldung). Wie wäre's mit einer Radtour von Kloster zu Kloster? Cafés sind jeweils meist in Sichtweite.

**Vom Wisent bis zum Wasserbüffel**

Die Gemeinde Wülfinghausen liegt übrigens am Deisterkreisel. Das klingt nach Klösterparade, ist aber eine etwa 80 Kilometer lange Radstrecke um den Hührenzug. Dabei ist auch das Wisentgehähe Springe zu erleben. Es ist mehr als nur ein Ort für das größte Stülgatter Europas. Dort sind auf 90 Hektar etwa 100 Tierarten anzutreffen – außer Wasserbüffel. Die aber sind in Romberg-Villa an der Lahn zu Hause. Der Landwirt Baumgarten züchtet die gemischten Viehherde, die sich aufgrund ihres Landschaftspflegebedürfnisses bei der Regenabfuhr und beim Hochwasser- und Artenschutz sind die aktiv. Wie das genau funktioniert, erklären die Naturfreunde des NABU auf Führungen. Sie zeigen auch, wo sich eine Aussichtshütte befindet, um die Tiere bei ihrer Arbeit zu beobachten. Nahe Romberg ruht der etwa 3,5 Kilometer lange Benther Berg. Klümpchen, Naturlehrpfad, Hügelgäben und Mountainbikestrecken warten schon.

34 unterwegs

- Advertorial im Wandermagazin „Unterwegs“
- Themenschwerpunkt Calenberger Land
- Laufzeit: September 2021
- Zielgruppe: NRW
- 54.000 Print & 400.000 Online-Leser

**Blick vom Haldenkogel und in die Ewe Calenberg**

Doch wie hoch der Haldenkogel? Es geht auf den Höhepunkt des Besucherbergwerks Klotzerstollen Barzingshausen. Von dort oben lohnt sich der Blick ins Calenberger Land.

Unter Siegen ist auch ein Blick auf den Haldenkogel. Wenn man sich nicht, sondern die Ewe Calenberg, umgeben von 1000 bis 1500 Jahren alter Ewe Calenberg. Die Ewe Calenberg ist ein Naturdenkmal, das seit Jahrhunderten in der Gegend um Hannover zu finden ist. Die Ewe Calenberg ist ein Naturdenkmal, das seit Jahrhunderten in der Gegend um Hannover zu finden ist.

**Traumhaft: das Schloss Marienburg**

Letzte Station für den Touristen ist das angelegentlichste Schloss Marienburg. Das Schloss Marienburg ist ein Naturdenkmal, das seit Jahrhunderten in der Gegend um Hannover zu finden ist.

**Blauer Tipp**

Alle Infos unter [www.calenberger-land.de](http://www.calenberger-land.de)

**SEITE**

Informationen  
Hannover Tourist Information  
Deisterweg 2  
30559 Hannover  
Tel: +49 (0)511 311 111  
Fax: +49 (0)511 311 111  
www.touristinformation-hannover.de  
Hannover Info Konzept  
Ulrich Böckmann



**Wasserbüffel**

Wasserbüffel sind ein Naturdenkmal, das seit Jahrhunderten in der Gegend um Hannover zu finden ist.

**Wasserbüffel**

Wasserbüffel sind ein Naturdenkmal, das seit Jahrhunderten in der Gegend um Hannover zu finden ist.

**Wasserbüffel**

Wasserbüffel sind ein Naturdenkmal, das seit Jahrhunderten in der Gegend um Hannover zu finden ist.

35 unterwegs

## Urlaubsregion Hannover – StartUp Gründungswettbewerb hannoverimpuls

### RE-qui: Pferdedecken-Upcycling

Nadja Anna Siever fertigt in liebevoller Handarbeit Produkte für Hunde, Pferde und Menschen aus alten Pferdedecken und trägt mit dieser Idee dazu bei, den Pferdesport ein gutes Stück nachhaltiger zu gestalten.

Die 23-Jährige aus der Wedemark in der Pferdereion Hannover hat sich mit der Gründung ihres Unternehmens RE-qui (Recycled Equipment) den Traum der eigenen Selbstständigkeit erfüllt. Bereits seit August 2020 ist RE-qui nun mit innovativen Artikeln am Markt. Die ersten Schritte waren vielversprechend, bei mehr als zwei Millionen Reiter\*innen in Deutschland ergibt sich ein gigantischer Markt der Nachnutzung. Das Konzept hat nicht allein bereits zahlreiche Käufer\*innen überzeugt, auch bei der Jury des Gründungswettbewerbs STARTUP-IMPULS konnte Siever punkten. Sie ist Preisträgerin des Marketing-Sonderpreises der Hannover Marketing und Tourismus GmbH mit einem Gesamtwert von 5.000 Euro.

#### DIE IDEE

Ihr Weg zur Geschäftsidee: Zum einen war Nähen schon immer die große Leidenschaft der Gründerin und zum Anderen ist sie sehr konsumkritisch, war also schon lange auf der Suche nach einem passenden, nachhaltigen Material. Mit den robusten, langlebigen Pferdedecken hat sie nun die geeignete Basis für ihre Produkte gefunden. Inzwischen schicken Kund\*innen aus ganz Deutschland ihr gebrauchte Decken an Siever und erhalten als kleine Gegenleistung einen 10-Prozent-Rabattgutschein für RE-qui. Manche



RE-qui-Gründerin Nadja Anna Siever (23) aus Wedemark bei Hannover.

Kund\*innen wünschen sich auch ganz speziell, dass aus der Decke eines verstorbenen Tieres ein besonderes Erinnerungstück wird. Dabei können im Grunde alle Decken genutzt werden, auch Decken mit Löchern. Die unterschiedlichen Decken wie Fliegendecken, Outdoordecken, Abschwitzdecken aus Fleece und Regendecken – eignen sich je nach ihrer Beschaffenheit für bestimmte Produkte. Die luftdurchlässigen Fliegendecken sind z.B. wie gemacht

für Helmtaschen.

Ihre Ideen bekommt die Pferdenärrin ganz praktisch beim täglichen Umgang mit den Tieren. Was fehlt, was könnte den Alltag erleichtern? Früher bewahrte sie beispielsweise ihre Turniersachen in einem einfachen Eimer auf. Doch wenn es regnete, wurde alles nass, auch fielen die Utensilien mal heraus und optisch war der Eimer ebenfalls kein Highlight. Die Lösung war die RE-Qui Bag, robust, verschleißbar, wasserabweisend, leicht zu reinigen – einfach praktisch und ein Hingucker.

Bei der Entwicklung ihrer Ideen ist es Nadja Anna Siever wichtig, möglichst so zu planen, dass die Pferdedecken komplett verarbeitet und aus den Resten zum Beispiel Schlüsselanhänger gefertigt werden können. Auch die Leckerlibeutel sind entstanden, weil Siever nach einer sinnvollen Verwendung für die immer wieder anfallenden Reststücke gesucht hat. Für die Zukunft hat sich die junge Gründerin übrigens noch so einiges vorgenommen. Zunächst will sie die Produktpalette ständig erweitern, ein Sattelschoner und ein Halfter sind bereits in der Planung. Und mittelfristig will sie natürlich wachsen und in der Region möglichst bald fair bezahlte Arbeitsplätze im Handwerk schaffen.

Mehr Infos zum Pferdedecken-Upcycling unter: [www.re-qui.de](http://www.re-qui.de)

Alle Infos zur Pferdereion Hannover unter: [www.visit-hannover.com/pferdereion](http://www.visit-hannover.com/pferdereion)

Die stylische Putztasche kann auch zur Aufbewahrung von bspw. Beinschutz genutzt werden.

**REqui**  
...für mehr Nachhaltigkeit im Reitsport

!st wasserfest und kann als Reisetasche fungieren: die Tasche „Duffle“.

- Marketing Sonderpreis für Re-qui im Rahmen des StartUp Gründungswettbewerbs von hannoverimpuls
- Laufzeit: März bis August
- Marketingunterstützung im Wert von 5.000 €
- Advertorial Reitsportmagazin und Fachmagazin für Reitsport St. Georg,
- Advertorial im Stadtkind Hannover
- Digitaler Auftritt auf [www.visit-hannover.com/pferdereion](http://www.visit-hannover.com/pferdereion)

Advertorial St. Georg

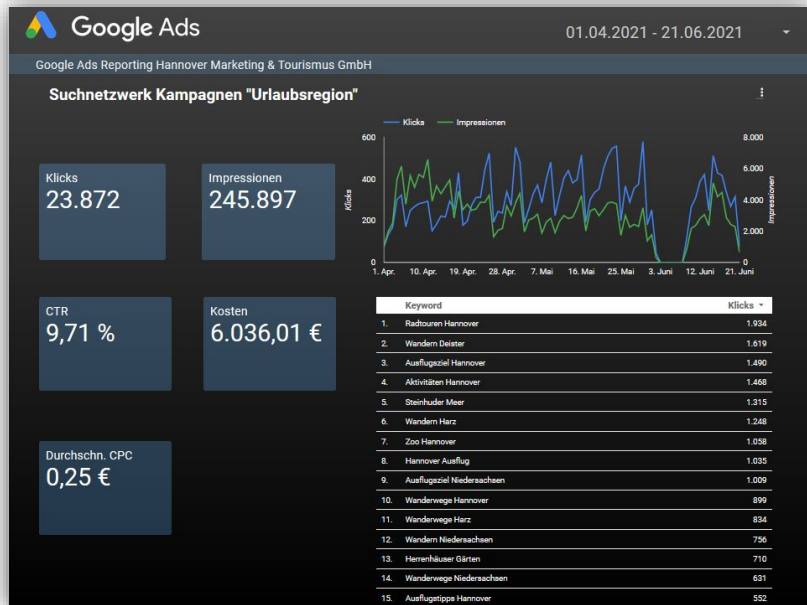
## Urlaubsregion Hannover – Google Ads Kampagne

Anzeige · www.visit-hannover.com/ ▾ 0511 12345111

### Radtouren Region Hannover - Alle Touren im Überblick

Radfahren in der Region **Hannover** - Alle Routen zu den schönsten Ecken hier im Überblick! Erkunden Sie die Region **Hannover** vom Fahrrad aus. Kurzurlaub mit Familie. Sightseeing & Stadttouren. **Radtouren** & Wanderwege. Übernachtungsgebote.

#### Beispiele Textanzeigen



- Positionierung Hannovers als vielfältige und flexible Städtetrip-Destination in der aktuellen Lage
- Google Adwords Kampagne zu den Themen Urlaubsregion, Ausflugsziele, Wandern, Radfahren, Pferderegion, Wassersport, Naturerlebnisse, Kultur
- Generierung von Klicks auf visit-hannover.com
- Inspiration für eine Reise nach Hannover
- Google Ads im Suchnetzwerk = 23.800 Klicks / 245.000 Impressions

**Sehr gute CTR 9,71%**  
(sehr gute CTR ab 1-2%)

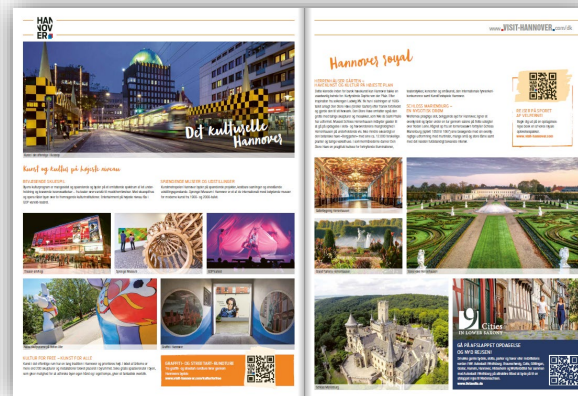
# HANNOVER



Auslandsmarketing



- Angepasste Angebote für die ausländischen Märkte (DK, NL & BE)
- Printbeilage DK, BE, NL, EN & DE Dezember 2020
- Print- und Online Anzeigen NL Ende Dezember 2020
- Kommunikation „Wir sehen uns!“
- Print-Medium mit QR-Codes zu Hinweisen zur aktuellen Corona-Situation & Reisehinweisen + Verbindung Off- und Online-Medien





**HANNOVER**

TOT ZIENS IN **2021**

Spannend ontspannend

**ONTDEK HANNOVER**

- Messe- und Veranstaltungspräsenz online/digital:
  - IMM Germany Februar 2021
  - Berlin Travel Festival & ITB März 2021
  - Germany Travel Mart 2021 April 2021
- Dynamische Reaktion auf Lockerungen der Reise-Bestimmungen mit Marketingmaßnahmen on- und offline im europäischen Ausland (NL, DK & BE)

*Hannover: spannend ontspannend*

Een bezoekje aan Hannover in 2021? Laat je alvast inspireren.

Hannover staat synoniem aan een ontspannen levenshouding. De stad is niet te groot en niet te klein, niet te druk en niet te stil. Precies wat je nodig hebt om op adem te komen in deze onrustige tijden. Hannover combineert een stads karakter met prachtige groene omgevingen. Een relaxed levensgevoel, prachtige plekken met cafe's en boetieks en een rijkdom aan natuurschoon.

De culturele rijkdom van Hannover uit zich niet alleen in de talrijke musea, de openluchttheater en exposities, maar ook in een lange traditie van kunst in de openbare ruimte. Ontdek de meer dan 200 beeldhouwwerken, pleinsteden en installaties met de nieuwe street art- en graffiti-ontledingen. In de zomermaanden bieden de tuinen van de Herrenhäuser Gärten een prachtige achtergrond voor diverse voorstellingen, betoverend lichtspel, het bekende festival Kanoo-Festspiele Herrenhäuser en de internationale

Je kunt Hannover op ontspannen wijze verkennen op de fiets of te voet: een rode lijn leidt je langs de belangrijkste highlights, zoals het Neue Rathaus, het oude centrum en de beroemde Naua's van boeckhoewer Niki de Saint Phalle. Wil zeker niet mag ontbreken is een bezoek aan prachtige boekwinkels van de Herrenhäuser Gärten en de winkel-voorgegeven dierenweelden van de Erlebnis-Zoo met meer dan 2.000 dieren.

Hannover is een van de grootste steden van Duitsland: het stadsklein Eikenroede is bijna twee keer zo groot als het Central Park in New York. De tuinen van de Herrenhäuser Gärten behoren tot de mooiste van Europa. Aan de Mulsbese en de rivieren Ilse en Leine vind je een aantal leuke stranden. Direct voor de poorten van

Hannover ligt het Steinhuder Meer, omgeven door uitgestrekte moerasgebieden en bossen. De ten zuidwesten van Hannover gelegen bergrijke Deister is een eilandje voor wandelaars, fietsers en mountainbikers.

De cultuurevenementen zijn in augustus kan je tijdens het Mischiefest genieten van live muziek en outdoor-voorgedragte rondom het 78 hectare grote meer in het hart van de stad.

De voetgangerszone behoort tot de meest geliefde winkelgebieden van Duitsland. In het oude centrum en de verschallende straten vind je leuke boetieks en trendy restaurants die heerlijke seizoensgerechten serveren.

Ga voor actuele informatie over bezienswaardigheden en evenementen naar [www.visit-hannover.com/nl/](http://www.visit-hannover.com/nl/)

## Auslandsmarketing

- Ads international (Madsack)
- November 2020 – Januar 2021 = 139 Millionen Impressionen
- Google Ads im europäischen Ausland (AT, CH, DK, NL, BE & PL)



Ads Beispiele  
international

## Auslandsmarketing – Re-Start in Dänemark



**HANNOVER:**  
AFSLAPPET OG SPÆNDENDE PÅ SAMME TID

**HVAD MED AT BESØGE HANNOVER DENNE SOMMER?**  
DU ER HJERTELG VELKOMMEN! HANNOVER ER KENDT FOR AT VÆRE EN AFSLAPPET BY. IKKE FOR STOR, IKKE FOR LILLE, IKKE FOR LARME, IKKE FOR STILLE - HELT PERFEKT OG HELT I TIDENS ÅND.

Libantiv meder afslappet nydelse i det grønne. Byen er både afslappet og spændende, og det gælder for alle de områder som landtagene lever i en storby. Afslappet livstil, smukke pladser med caféer og butikker og en masse natur - Hannover er lige så mangfoldig som de mennesker, der bor i byen. Opdag Hannover uventede steder på den afslappede måde. Fåls, ved en cykeltur. Eller til fods i roligt tempo: en rød tråd fører dig til alle highlights, som midtbyen byder på. Det nye Bäderbad med Maschparken, den historiske gamle bykern, operaen eller Ners-skulpturerna, som blev skabt af kunstneren Niko de Saint Phalle. Også slotsparken Herrenhäuser Gärten er en must see. Her finder du blandt havelandet når den er bedst. I sommermånederne kan du desuden opleve mange interessante arrangementer i de fantastiske rumme. Et andet kongelege slot er Schloss Herrenburg - et eventyrligt og mytisk slot lidt syd for Hannover. Oplev også "Eisbär-Zoo Hannover" er med de mange fantastiske faciliteter et paradys for mere end 2.000 dyr. Og de forskellige levesteder er charmerende og summer af liv: Fra kultur-kvartaler Linden over studentertænder i Hildesheim til den smukke bydel List med sine mange julegæstehuse.

**KULTURPROGRAM AF HØJ KVALITET**  
Hannover byder på et mangfoldigt kulturprogram af høj kvalitet. Både teater og operaen er velrenommerede, og Göttinger Theater viser også underholdning på højeste niveau. Kunstinteresserede kan besøge spændende projekter og enestående akvarier, og Sprengel Museum er et interaktivt ætterned museum for moderne kunst. Kunst i det offentlige rum har en lang tradition i Hannover som huser mere end 200 skulpturer og installationer fordelt over hele byen. På hele voks gratis bopendingscenter kan man opleve byen på egen hånd, og fem graffiti- og street-art-natur fører gæsterne igennem de forskellige kvarterer.

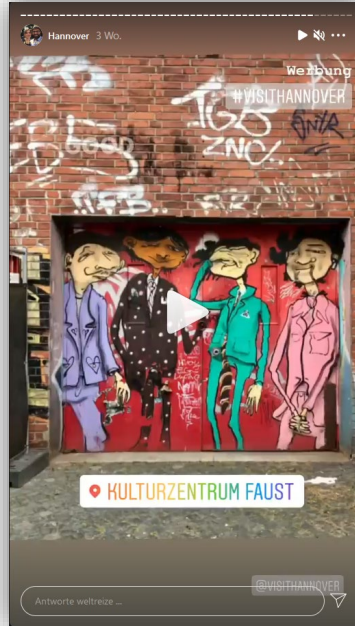
**PULSERENDE STORBYLIV OG NATUR OG IDYLL**  
Hannover er en perfekt blanding af pulserende storbyliv og natur og idyll - byen er en af de grønne byer i Tyskland. By-skoven "Eisbärwald" er næsten dobbelt så stor som Central Park i New York. Herrenhäuser Gärten er en af de smukkeste parker i hele Europa, og ved søen Maschsee og Roderne Ilme og Laha finder du nogle strandesteder med mange muligheder for at være aktive. Ikke langt fra Hannover ligger "Steinhuder Meer", den største sø i Nordvesttyskland, omgivet af store mosesmøder, enge og tætte skove. Og hvis du er glad for at vandre eller køre cykel og mountainbike, bør du udforske bakkerne i området "Deister", som ligger sydvest for Hannover og er et godt paradis.

**Attuel information om event-highlights og andre arrangementer finder du på:**  
[WWW.VISIT-HANNOVER.COM](http://WWW.VISIT-HANNOVER.COM)

- Bewerbung von Hannover als ideale Städtetrip-Destination im dänischen Markt
- Advertorial BT Berlingske (größte dänische Zeitung)
- Themenspezial „Sommer in Deutschland“
- Laufzeit: Juni
- Auflage: 610.000 Abonnenten + 20.000 Online-Nutzer

Advertorial BT Berlingske

## Auslandsmarketing- Presse- & Bloggerreisen

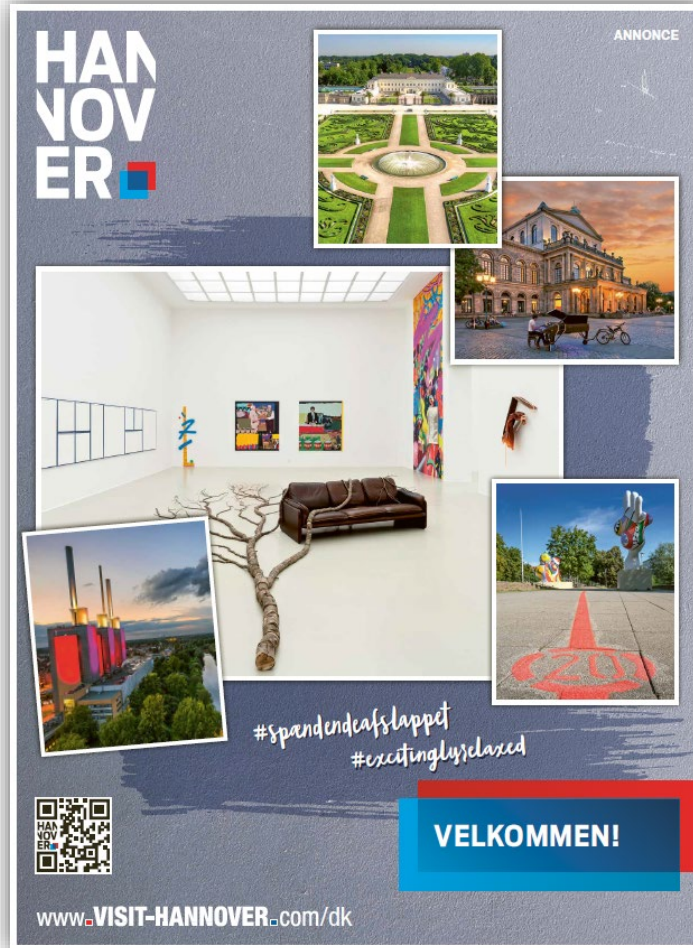


- 10 nationale & internationale Presse- & Bloggerreisen
- Content-Creator aus den Märkten DE, NL & BE
- Reiseinhalte und Veröffentlichungen nach Medien/Blog-Schwerpunktthemen u.a.
- in (Süd)-DK, NL und BE
- Laufzeit: Juli – August
- Gesamtreichweite: 1,9 Mio. Page Impressions (Blogs) & 90.000 Social Follower



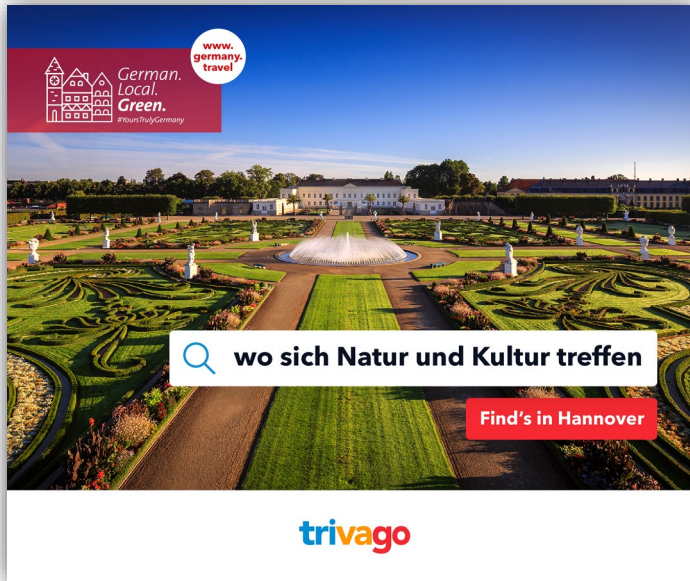
### Content-Beispiele

## Auslandsmarketing– Dänemark, Niederlande & Belgien



- Medienmix zur Bewerbung Hannovers als (kurzfristiges) Reiseziel Herbst 2021 /Ausblick 2022
- Advertorials & Beilagen, Online Advertorials & Anzeigen in den größten Print- & Online Medien in (Süd)-DK, NL und BE
- Laufzeit: September
- Gesamtreichweite: 1,6 Mio. Leser/Auflage

## Auslandsmarketing– Österreich & Schweiz



Online Anzeigen

- DZT Kampagne „German.Local.Culture“ in Kooperation mit Secret Escapes & Trivago
- Online Advertorials, Banner und Anzeigen
- Laufzeit: August - September
- Gesamtreichweite: 1 Mio. Impressions
- Große Awareness & Inspiration für das Reiseziel Hannover



## Auslandsmarketing- Übernachtungszahlen

- Anstieg der Übernachtungszahlen dänischer Gäste (im Vergleich zu 2020): +21,5 % im Juli & 38,6 % im August
- Anstieg der Übernachtungszahlen niederländischer Gäste (im Vergleich zu 2020): +23,6 % im Juli & 15,1 % im August

# HANNOVER

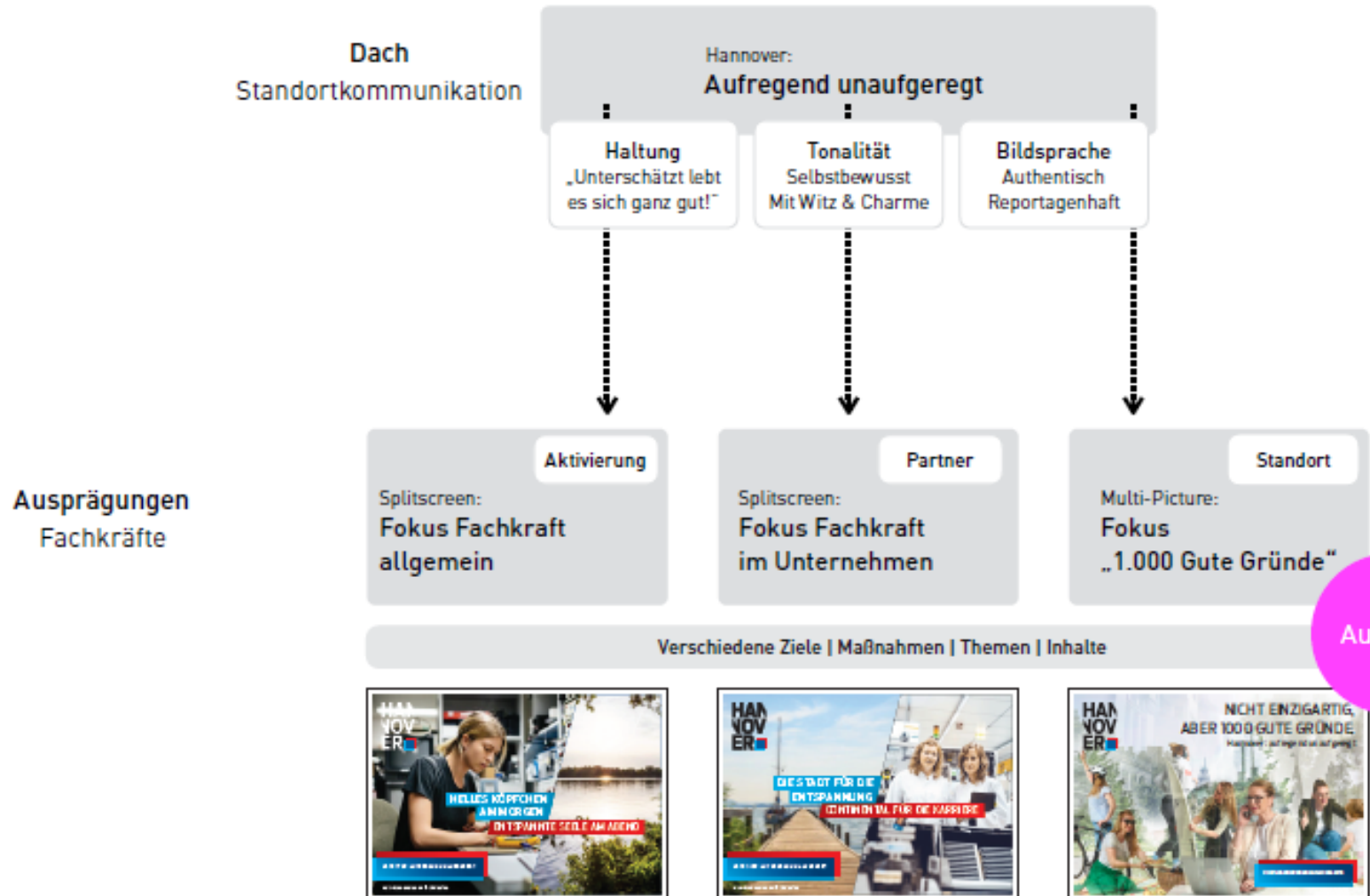


Fachkräfte





# Entwicklung eines Kommunikationskonzepts auf Basis der Ergebnisse von different



## Fachkräfte-Kampagne – neues Fachkräfte-Portal #aufregendunaufgereg

**Hannoverweb**

Wirtschaft und Wissenschaft, Versicherungen, Gesundheitswesen, Digitalisierung oder Gründerinitiativen, der Wirtschaftsstandort Hannover ebnet den Weg als leistungsfähiger und zukunftsorientierter Workingpace in Niedersachsen mit besten Voraussetzungen für Ausbildung und Beruf. Zum Beispiel über die Lehrstellenbörse "Digital muss sein". Als Wirtschaftsstandort und Smart City werden hier innovative Wege für Fortschritt, Nachhaltigkeit und Effizienz gefunden. #aufregendunaufgereg

**Arbeiten, Ausbilden, Weiterbilden**

Internetportal  
Arbeit, Ausbildung, Studium, Weiterbildung, Existenzgründung – hier finden Sie ein "Rundum-Paket"...

**Standort Hannover**

Wirtschaftsstandort Hannover  
Hier finden Sie umfassende Informationen zum Wirtschaftsstandort Hannover. Die Region Hannover...

**Work-Life-Balance**

**Aufregend unaufgereg**  
Wir stehen für das Gefühl, unaufgereg über den Dingen zu stehen. Wir sind die Region, in der jeder...

**Branchenübersicht**

Die Wirtschaftsstruktur in der Region Hannover ist durch verschiedene Branchen mit größtem...

- Bewerbung Hannovers als attraktiver Standort zum Arbeiten und Leben
- #aufregendunaufgeregte Arbeitswelt

**Arbeit, Ausbildung, Weiterbildung**

Arbeit, Ausbildung, Studium, Weiterbildung, Existenzgründung – hier finden Sie ein "Rundum-Paket" zum Thema Job und Bildung in Hannover. #aufregendunaufgereg

**Jobs für Fachkräfte Hannover**

Vielzellige Job-Möglichkeiten für Fachkräfte in der Landeshauptstadt Hannover

**Studieren in Hannover**

**Studium**

Die Hochschul- und Wissenschaftsstadt Hannover verfügt über ein großes Ausbildungsangebot an den...

**Theorie und Praxis**

**Duales Studium**

Ein Duales Studium verbindet das Hochschulstudium mit einer Berufsausbildung oder mit Berufspraxis...

## Fachkräfte-Kampagne – Branchenübersicht #aufregendunaufgereg

**Wirtschaftsstruktur der Region Hannover Branchenübersicht >>>**

Wirtschaftsstandort Hannover | Arbeiten, Ausbilden, Weiterbilden | Wissenschaft und Forschung | Smart City | Coworking Spaces

### Fachkräfte Hannover

Es gibt viele Bildungswege, in ein erfolgreiches Arbeitsleben zu starten und Möglichkeiten, die Route der eingeschlagenen Tätigkeit zu ändern. Arbeit ist natürlich nicht gleich Arbeit: Menschen möchten nicht irgendeinen Job, sondern ein auskömmliches Einkommen und gute Arbeitsbedingungen. Beides kann man in Hannover haben.

**Fachkräfte in der Gesundheitswirtschaft**  
Die ausgeprägte Forschungs- und Hochschullandschaft mit der Medizinischen Hochschule Hannover als...

**Fachkräfte in der Automobilwirtschaft**  
Die Automobilwirtschaft ist mit mehr als 25.000 Beschäftigten in der Region der bedeutendste...

**Fachkräfte in der Finanzwirtschaft**  
Mit den Hauptsitzen überregional bedeutender Versicherungen, Banken und Sparkassen ist der Sektor...

- Jobportale / LHH, Region, Jobs für Niedersachsen, Zukunft-Inc., etc.

**Fachkräfte im Handwerk**

Mit 11.500 Betrieben und 71.000 Beschäftigten ist der [Handwerk](#) ein wichtiger Wirtschaftszweig in der Region Hannover. Immer mehr junge Leute im Handwerk. Damit bietet dieser Wirtschaftszweig ideale Voraussetzungen für die [Jobsuche](#). [#aufregendunaufgereg](#)

**Jobsuche**  
Jobs für Niedersachsen  
Durch ein Portal (300 für Niedersachsen) und eine Brücke zwischen Arbeitnehmern, Betrieben...

**Jobsuche**  
Top Jobs Hannover  
Über 100 offene Stellen & Ausbildungsstellen. So sind Sie immer mit aktuellen Stellen ausgeschrieben...

**Online-Jobbörsen**  
Finden Sie Ihren Traumjob!  
Hier finden Sie eine vielfältige Auswahl an Online-Jobbörsen mit aktuellen Stellen ausgeschrieben...

## Fachkräfte-Kampagne – Studium & Duale Ausbildung #aufregendunaufgereg



**#aufregendunaufgereg**  
Studium mit Perspektive – Stadt mit Möglichkeiten

### Studieren in Hannover!

Egal, ob Geisteswissenschaften, ein Fach aus dem MINT-Bereich oder ein künstlerischer Studiengang – die hannoverschen Hochschulen haben ein passendes Angebot im Programm: Studieren mit Kind oder Studieren ohne Abitur? Kein Problem in Hannover! Hier finden Sie eine Übersicht mit detaillierten Informationen zu den Bezeichnungen der Studiengänge, den jeweils anbietenden Hochschulen, möglichen Abschlüssen, Beratungsangeboten für Studierende sowie erste Einblicke ins Studium in Hannover.



Wissenschaft & Forschung

### Hochschulen

Eine Vielzahl akademischer Einrichtungen macht Hannover zu einer lebendigen Wissenschaftslandschaft.

[> lesen](#)



Hochschulstandort Hannover

### Studiengänge in Hannover

Bachelor, Master oder Diplom? Die Hochschul- und Wissenschaftsstadt Hannover verfügt über ein großes...

[> lesen](#)



Service

### Studentenwerk

Ob Sozialberatung oder Wohnungssuche - das Studentenwerk hilft mit seinem Serviceprogramm.

[> lesen](#)

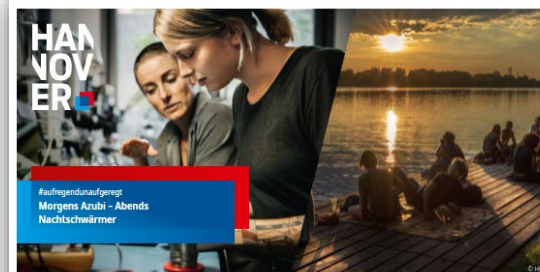


Sparen mit der Studentenkarte

### Hausmarke

Die Vorteilskarte bietet Studierenden Preisnachlässe in Stadt und Region Hannover. Sie ist in der...

[> lesen](#)



**#aufregendunaufgereg**  
Morgens Azubi – Abends Nachtschwärmer

### Duale Ausbildung in Hannover!

Duale Ausbildung in Hannover – zahlreiche Angebote warten auf Sie. Ob Online-Lehrstellenbörsen, Ausbildungsberatung, Berufsberatung, Ausbildung in Industrie und Handel oder im Handwerk, Berufsfachschulen & Fachakademien - hier gibt es zahlreiche Informationen für ausbildungssuchende Jugendliche aus der Region Hannover.



Duale Ausbildung

### Ausbildungsberatung

Wenn Sie eine Frage zur Ausbildung im Handwerk haben, dann wenden Sie sich am besten an die...

[> lesen](#)



Arbeitsagentur

### Berufsberatung

Die Berufsberatung unterstützt Sie bei Fragen der Berufswahl und vermittelt in Ausbildung.

[> lesen](#)



Digga, muss los

### Mehr als 300 Ausbildungsberufe

Sicher dir jetzt einen von über 300 Ausbildungsberufen verschiedener Branchen in Hannover.

[> lesen](#)



Schule und was dann?

### Ausbildung - Industrie und Handel

Die Industrie- und Handelskammer gibt einen Überblick über Ausbildungsberufe in Industrie, Handel...

[> lesen](#)



Handwerkskammer

### Ausbildung im Handwerk

Du beendest demnächst die Schule und weißt noch nicht genau, wie es weiter geht? Dann informiere...

[> lesen](#)




Creativecoder

### Traineeprogramm für Programmierer

Hinter dem Namen "creativecoder" verbirgt sich ein innovatives Traineeprogramm mit IHK-Zertifikat...

[> lesen](#)

## Fachkräfte-Kampagne – Existenzgründung & R/Folg #aufregendunaufgeregt




**HANNOVER**

#aufregendunaufgeregt  
Am Tag ein Unternehmen gründen - Am Abend eine Stadt erkunden


Wirtschaftsstandort Hannover | Arbeiten, Ausbilden, Weiterbilden | Wissenschaft und Forschung | Smart City | Coworking Spaces

### Existenzgründung

Sie planen Ihre Existenzgründung in Hannover? Sie gehören zu den Menschen, die ihr eigener Chef werden wollen? Sie haben Pläne, möchten gerne ihre eigenen Ideen umsetzen, wollen frei und unabhängig ihr eigenes Geld verdienen? Also: Worauf warten Sie noch – legen Sie los! Beratungsangebote, Förderprogramme, aktuelle Meldungen, Ansprechpartner und vieles mehr – hier finden Sie umfangreiche Informationen zum Thema Existenzgründung in Hannover.



**R/Folg - Unternehmensnachfolge**  
**Betrieb übernehmen - Zukunft sichern**  
Jetzt Handwerksbetrieb übernehmen: die Landingpage der begleitenden Kampagne der Hannover Marketing und Tourismus GmbH > [lesen](#)




© hannoverimpuls GmbH


**Nexster**  
**Entrepreneurship-Center der Hochschule Hannover**  
NEXSTER ist das Entrepreneurship-Center der Hochschule Hannover. Es hilft Gründungswilligen aus dem...  
> [lesen](#)

**Starting Business**  
**Gründungsberatung an der Leibniz Universität Hannover**  
Hier gibt es Informationen zum Thema Gründungsberatung an der Leibniz Universität Hannover.  
> [lesen](#)

**Finden Sie Ihre Ansprechpartner**  
**Wirtschaftsförderung der hannoverimpuls GmbH**  
hannoverimpuls bietet für (fast) alle Fragen die entsprechenden Antworten, wenn's um die...  
> [lesen](#)



**Gründungswettbewerb**  
**Startup-Impuls**  
Bis zum 9. Januar läuft die Anmeldefrist für die nächste Runde von Hannovers großem Gründungswettbewerb. > [lesen](#)



**HANNOVER**

Handwerksbetriebe  
Nachfolge- und Betriebsübernahme

### Betriebsübernahme

Sie wollen einen Betrieb in Hannover übernehmen oder sind auf der Suche nach einem Nachfolger. Alle wichtigen Informationen zu Beratung, Finanzierung und Angeboten finden Sie hier:

**Betriebsübernahme**  
**Nachfolge- und Investorenbörse R/Folg**  
Sie wollen ein bestehendes und funktionierendes Unternehmen übernehmen? Hier finden Sie ein passendes...  
> [lesen](#)

**Interim Aufgaben**  
**Betrieb anbieten**  
Hier finden Sie Hilfe bei der Erstellung und Gestaltung Ihres Interims zur Betriebsübernahme sowie...  
> [lesen](#)

**Events**  
**Seminare zur Betriebsübernahme**  
Workshops und Seminare zur erfolgreichen Betriebsübernahme und Betriebsübernahme.  
> [lesen](#)

### Handwerksnennungen

**Unternehmen**  
**Unternehmensnachfolge für Maler und Lackierer**  
Planen Sie die Unternehmensnachfolge Schritt für Schritt für Ihren Weg in die Selbstständigkeit. Sie...  
> [lesen](#)

**Unternehmen**  
**Unternehmensnachfolge R/Folg - B&B**  
Unternehmensnachfolge Hannover – Erfolg. Hier finden Sie Anregungen und Ansprechpartner im Überblick.  
> [lesen](#)

**Unternehmen**  
**Unternehmensnachfolge R/Folg - Holz**  
Unternehmensnachfolge Hannover – Erfolg. Hier finden Sie Anregungen und Ansprechpartner im Überblick.  
> [lesen](#)

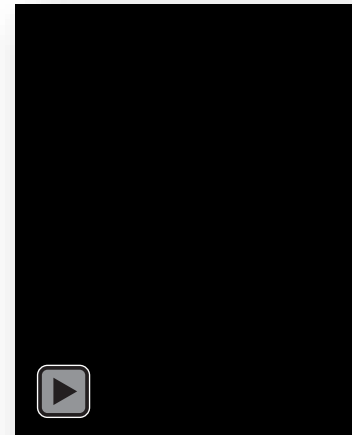
## Fachkräfte-Kampagne – Online Ads #aufregendunaufgeregt



Skyscraper



- Online Ads & Banner in verschiedenen Online-Medien (u.a. Madsack, Xing & LinkedIn, Echtzeit-Online-Werbung, etc.)
- Rund 565.000 Impressionen in der 1. Woche nach Kampagnenstart



Rectangle-Animation

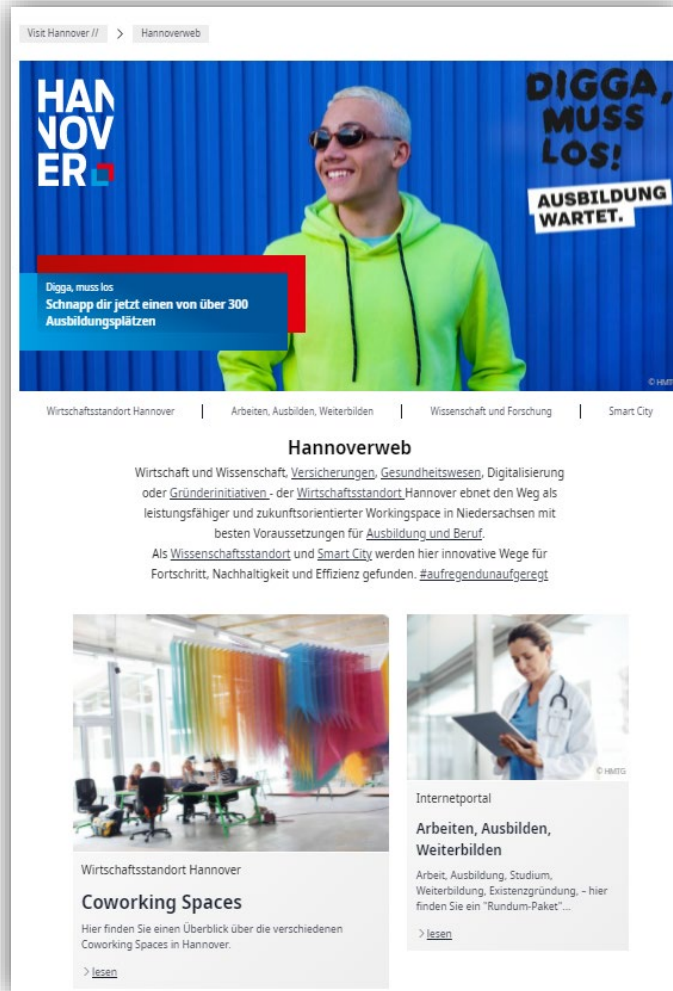
## Fachkräfte-Kampagne - Plakatierung #aufregendunaufgeregt

- Deutschlandweite Plakatierung (Großflächen),  
schwerpunktmäßig in Universitätsstädten



Beispiele Plakatierung

## Digga muss los! – Lehrstellenkampagne



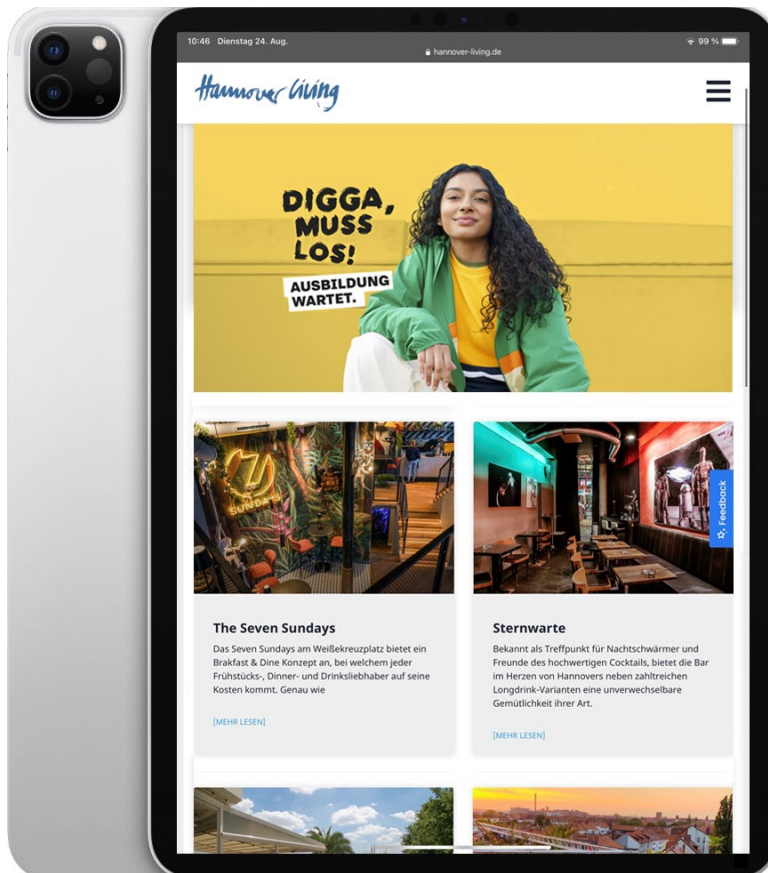
- Bewerbung der Ausbildungskampagne der Wirtschaftsförderung der Region Hannover
- Auf hannoverweb.de & in der BILD Sonderbeilage „ Start in die Ausbildung“ (37.000 Exemplare)



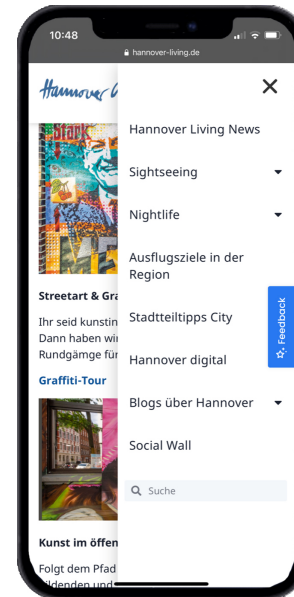
Beispiel Plakatierung



## Digga muss los! – Lehrstellenkampagne / digital



- Aufbauend auf dem Relaunch im 1. Halbjahr 2021 -> Relaunch der mobilen Version
- Für alle Endgeräte optimiert
- Google-Optimierung



# HANNOVER



## 5.2. Finanzielle Situation/Jahresausblick



# Tagesordnung

- TOP 1 Begrüßung & Formalien
- TOP 2 Jahresabschlüsse 2020 von HMTG & HVG
- TOP 3 Gesellschafterangelegenheiten
- TOP 4 Planung 2022 ff.
- TOP 5 Bericht zur aktuellen Lage der HMTG & HVG
- TOP 6 Verschiedenes und Termine**

**HAN  
NOV  
ER** 



**Vielen Dank!**