

MEDIENINFORMATION

„Hamburg. Echt wie du“ Hamburg-Highlights zum Tag der Deutschen Einheit

Hamburg, 30. September 2016 – „Hamburg. Echt wie du“ ist das Motto des diesjährigen Auftritts der Freien und Hansestadt Hamburg beim Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit. Auf der Ländermeile in Dresden präsentiert sich die Hansestadt mit einem bunten Mix aus Kultur, Design und kulinarischen Angeboten. Das Event bei dem sich alle Bundesländer präsentieren ist eines von zwei Live-Kommunikations-Events des Hamburg Convention Bureaus (HCB), das unter dem Dach der Eventreihe “Hamburg on Tour“ läuft. „Hamburg on Tour“ präsentiert die Stadt mit allen seinen Facetten auf kreative und charmante Art und Weise in ausgewählten Ländern und Städten um das Image Hamburgs fokussiert und nachhaltig zu stärken.

Bei dem jährlich stattfindenden Bürgerfest im Zuge der Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit präsentiert sich jedes Bundesland auf der so genannten Ländermeile – dieses Jahr im sächsischen Dresden. 2015 besuchten rund 1,4 Millionen Besucher an drei Tagen die Ländermeile in Frankfurt / Hessen. Ein großes Publikum hat so die Möglichkeit Hamburg hautnah zu erleben, die Stadt an der Elbe von der Reeperbahn bis zur Elbphilharmonie kennenzulernen und sich von ihrer Attraktivität zu überzeugen. Das Event zeigt den Besuchern deshalb nicht nur, was die Hansestadt so typisch hamburgisch macht sondern vermittelt vor allem das echte Hamburger Lebensgefühl.

Das Motto: „Hamburg. Echt wie du“!

Auf 350qm wird Hamburg transportiert und erlebbar gemacht. Im Mittelpunkt stehen die pulsierenden Szenen und Wahrzeichen Hamburgs, die das „Hamburg-Gefühl“ nach Sachsen transportieren. Der Auftritt Hamburgs ist wie eine typische hanseatische Szenekneipe gestaltet: Hamburger Design, maritimes Flair und Live-Musik aus der Elbmetropole, bringen die Besucher direkt in die szenigen Viertel der Hansestadt. Bildergalerien mit Motiven der Stadt und der Metropolregion sowie zu Schränken umfunktionierte Obstkisten mit Hamburg-Souvenirs erinnern an einen echten Hamburg-Besuch. Detailtreue und viele Accessoires, wie Fischernetze an den Decken, machen den Stand zu einem einzigartigen und kurzweiligen Erlebnis.

Sandra Pfeffer, Leiterin des Geschäftsbereichs Eventmarketing des HCB: „Wir haben im vergangenen Jahr unser Standkonzept komplett überarbeitet. Die Besucher sollen beim Tag der Deutschen Einheit tatsächlich ein Stück weit echtes Hamburg erleben. Wir haben einige Aktionen und Programmpunkte dabei, die zeigen, warum Hamburg so lebenswert ist: eine Kiezkneipe mit Wohnzimmerbühne, Designer aus Hamburg in unserem Retailstore und sogar einen echten Elb-Beachclub. Das Konzept ist im letzten Jahr gut aufgegangen und wir freuen uns, auch 2016 an diesen Erfolg anzuknüpfen.“

Partnerschaften verleihen Authentizität

Unser Schlüssel für erfolgreiche Live-Kommunikations-Events ist es, die Stadt unverfälscht und attraktiv zu positionieren und für den Besucher erlebbar zu machen. Um das Hamburg Erlebnis so authentisch wie möglich zu gestalten, sind viele Partner und Acts aus Hamburg mit an Bord: Für musikalische Highlights sorgen u.a. Kat Wulff und Magnus Landsberg, beide Teil des Projektes „THE SOUND OF SANKT PAULI - sie spielen unser Lied“, bei dem 14 musikalische Protagonisten sich die weltberühmte Sankt Pauli Hymne „Auf der Reeperbahn nachts um halb eins“ vorgenommen und ihr ihren jeweils eigenen Stil eingehaucht haben. Das Projekt stammt aus der Feder des BID Reeperbahn+. Weitere Programmpunkte sind unter anderem die HipHop Academy Hamburg – ein deutschlandweit einzigartiges Non-Profit Projekt für Jugendliche zwischen 13 und 20 Jahren – die extra für den Tag der Deutschen Einheit eine eigene Performance erarbeitet hat. Nils Lund nimmt die

Besucher bei einem seiner Kiez-Rundgänge direkt mit nach St. Pauli. The Big Balmy, fritz-kola, elbler, l'espresso und CraftBeerMarket.de sorgen für das leibliche Wohl Günther Block Fotografie und Ahoi Marie zeigen das Design der Stadt. Für das passende Rahmenprogramm garantieren außerdem Stage Entertainment mit der „Das Wunder“-Torwand, die Elbphilharmonie mit einem Info-Cube, AIDA Cruises mit Entspannung pur im Elb-Beachclub sowie NDR 90,3 und das Hamburg Journal mit der passenden Moderation des Gesamtprogramms.

Das Hamburg Convention Bureau ist seit 2009 für die Präsentation Hamburgs bei den Feierlichkeiten verantwortlich.

Das Hamburg Convention Bureau

Als direkte Tochter der Hamburg Marketing GmbH vereinigt die Hamburg Convention Bureau GmbH (HCB) Standortkompetenz mit einem breiten Spektrum an Expertise von B2B-Veranstaltungen, wie Kongresse und Tagungen, bis hin zu Großveranstaltungen im öffentlichen Raum. Zu seinen Aufgaben gehört sowohl die weltweite Vermarktung des Kongress- und Tagungsstandorts Hamburg als auch die internationale Stärkung des Profils der Elbmetropole über bildstarke Publikums-Events.

Medienkontakt:

Michel Molenda

Leitung Unternehmenskommunikation & PR
Hamburg Convention Bureau GmbH
Wexstraße 7
20355 Hamburg

Tel: +49 (0) 40 - 300 51 653

Mobil: +49 (0) 173 - 900 6586

Fax: +49 (0) 40 - 300 51 618

Mail: michel.molenda@hamburg-convention.com

URL: www.hamburg-convention.com