

## Ist Ihr Teppich sauber?



Wir bieten Ihnen einen einmaligen Service für Ihre Teppiche. Angefangen beim An- und Verkauf über die Wäsche und Reparatur bis hin zur Inzahlungnahme. Sie meinen Ihr Teppich ist noch sauber? Oberflächen schon, aber was versteckt sich alles im Flor? Milben, Motteneier, Pflanzensporen, Spuren von Tierkot und Urin, aber vor allem feiner Sand. Diese Dinge bringen Sie nämlich - ohne es zu wollen und zu spüren - immer wieder mit nach Hause. Die Lösung: eine professionelle Teppichwäsche.

Sogar der feine Sand, der tief im Flor fest sitzt und im Inneren wie Schlepppapier den Teppich aufarbeitet, wird restlos entfernt. In einem Zeitraum von 3-5 Jahren können übrigens bis zu 250 Gramm Feinsand pro Quadratmeter zusammenkommen. Wir waschen den Teppich per Hand mit Reinigungsmitteln auf biologischer Basis. Das schont nicht nur den Teppich, sondern auch die Umwelt. Danach wird der Teppich gespannt und getrocknet. Durch „Rückfettung“ erhält das Schmuckstück ein Schutzschild gegen Schmutz und Feuchtigkeit. Also tun sie etwas für Ihren Teppich und lassen Sie ihn im alten Glanz erstrahlen. Zögern Sie nicht lange und rufen Sie uns an. Wir kommen kostenlos vorbei.

PR-Anzeige

**Sonderaktion 30% Rabatt**  
Alle Teppiche sind innerhalb einer Woche fertig.  
kostenloser Abhol- und Bringdienst bis 100 km!

**Bio-Handwäsche**  
Wir waschen nach traditioneller Art.

**50 €\* GUTSCHEIN**  
\*ab heute 5Tage gültig

**Restaurieren von Teppichen aller Art**  
(Löcher, abgetrennte Stellen, Kanten, Fransen erneuern).  
Beseitigung von Wasserschäden

**Teppich Klinik**  
Lange-Feld-Straße 58  
30926 Seelze/Letter  
Tel.: 0511 - 10 59 28 81

# Neue Ideen für Hannovers Image

Kampagne der Tourismusgesellschaft soll die Landeshauptstadt bekannter machen: „UNBOXING HANNOVER“ startet Mitte März. Der Auftrag kostet 250.000 Euro.

**HANNOVER.** Selbstverständlich geht es auch um den Keks, der aus Hannover nicht wegzudenken ist. „Hier ist alles in Butter. Sogar die Kekse“, lautet einer der Slogans der neuen Imagekampagne für Hannover. Unterlegt ist der Spruch mit einem Bild vom traditionellen Leibniz-Butterkekks auf gelbem Hintergrund. Mit solchen Werbefotos und Sprüchen soll Hannover wieder strahlen, und sich vom Graue-Maus-Image lösen. „Wir packen Hannover wieder auf die Karte“, sagt Christian Katz, neuer Chef der Hannover Marketing und Tourismus Gesellschaft (HMTG).



**Neue Impressionen: Christian Katz und Laura Bommert von der Hannover Marketing und Tourismus Gesellschaft präsentieren auf dem Telemoritz die neue Imagekampagne für Hannover.**

Foto: Florian Petrow

Den einen Stadt-Slogan mit entsprechendem Logo oder Fotomotiv gibt es nicht, sondern viele verschiedene Themen, Bilder und markante Sätze. Zum Auftakt der Kampagne Mitte März will die HMTG neun Motive ausspielen, sei es im Internet oder auf Plakaten im Straßenraum. Insgesamt sind etwa 20 Motive geplant, aber die Zahl könne auch noch erweitert werden, sagt Katz. Im Grunde spielt die neue Imagekampagne mit bekannten Hannover-Themen, etwa der Naherholung (das grüne Hannover), Großveranstaltungen (Maschseefest), Kioskkultur, Sternerestaurants und Herrenhäuser Gärten.

Entwickelt wurde die Kampagne in mehreren Schritten. So hat die HMTG in einer europaweiten Ausschreibung drei Hamburger Agenturen gefunden, die die neue Imageoffensive gestalten: Pahnke GmbH, Brandmeyer Markenberatung und Stadtmannufaktur GmbH. Parallel haben die hannoverschen Tourismusexperten sieben Workshops mit insgesamt 160 Teilnehmern aus Stadtverwaltung, Gastro- und Konzertbranche, Handel und Wirtschaft, Sport und Kultur organisiert, um Ideen und Themen zu sammeln.

Herausgekommen ist „Unboxing Hannover“ – so nennen die Werbeprofis ihren Ansatz. Der Begriff kommt aus der jugendlichen, internetaffinen Sprache und bezeichnet ein neugieriges, freudiges Entdecken von Unbekanntem. „Dass viele Menschen kein klares Bild von Hannover haben, ist auch eine Chance“, sagt Helge Hummel von der Agentur Pahnke.

250.000 Euro hat die HMTG für den Auftrag ausgegeben. Dass sich die Kosten in Grenzen halten, liege auch daran, sagt HMTG-Chef Katz, dass sich die beauftragten Agenturen nicht alles selbst ausdenken mussten, sondern Inhalte geliefert bekommen, eben durch die Workshops.

Mit der neuen Imagekampagne wolle man verschiedene Gruppen ansprechen, heißt es vonseiten der Agenturen: Zum einen sei das Ziel, Fachkräfte zu überzeugen, dass Hannover ein lebenswerter Ort ist. Zum anderen wolle man Touristen anlocken. Und nicht zuletzt sollen auch die Stadtbewohner einen frischeren Eindruck von ihrer Stadt bekommen. „Nur 37 Prozent der Deutschen verbinden konkrete Vorstellungen mit Hannover“, sagt HMTG-Chef Katz. Das wolle man ändern. Hannover sei ein „hidden (verborgener) Champion“ und das „hidden“ wolle man streichen. Klar sei aber auch, dass der Prozess Jahre dauern werde. „Unboxing Hannover“ verstehe er als Plattform, sagt Katz, die stets offen sei für neue Ideen.

## Frühlingsfest bei Möbel Staudé!

Anzeige

Endlich kommt der Frühling! Das ist ein wunderbarer Anlass, um am **06., 07. und 08. März unser großes Aktions-Wochenende mit verkaufsoffenem Sonntag** zu feiern!

Aus diesem Anlass gibt es bis zu 25% Rabatt auf Möbel plus sensationelle 10% Extra-Rabatt. Doch das ist längst nicht alles! Ein buntes Rahmenprogramm macht den verkaufsoffenen Sonntag am 08.03. zu einem Spaß für die ganze Familie!

Am Sonntag warten ganz besondere Aktionen auf Sie: Der **kulinarische Markt** auf unserem Parkplatz bietet für alle Geschmäcker das passende Angebot – von deftiger Erbsensuppe über Schmalzkuchen bis hin zu Likören und ganz besonderen Überraschungen. Lassen Sie sich vom großen Angebot verzaubern!

**Der verkaufsoffene Sonntag und die Eröffnung der Gartensaison**

Im Möbelhaus erwarten Sie besondere Angebote wie etwa unsere **große Garten-Eröffnung!** Neben besonderen Angeboten und den neuesten Trends erwartet Sie außerdem das **GOP Variété** mit tollen Aktionen, Rabatten sowie dem Glücksrad.

Ein weiterer Fokus liegt auf Kunst und Kultur: Inspirationen aus Malerei, Fotografie und Grafikdesign laden zum Verweilen ein. Im Concept Store präsentieren das Kunsthaus ARTES ihre abstrakten Werke.



Auch bei Küchen Staudé feiern wir den verkaufsoffenen Sonntag: Hier gibt es eine Dunstabzug-Vorführung von Bora und Küchenverkauf zum Meterpreis. Zusätzlich stehen Musterküchen mit bis zu 70% Rabatt zum Abverkauf.

Designliebhaber finden im Concept Store, genau zwischen Möbelhaus und Küchencenter, eine beeindruckende Auswahl an echten Designklassikern und ästhetischen Newcomern. Auch hier gibt es am Aktionswochenende ganz besondere Angebote und Aktionen. Man merkt: In der Meelbaumstraße gibt es zwischen dem 06. und 08.03. eine Menge zu entdecken - da wird garantiert jeder fündig!

Am verkaufsoffenen Sonntag: Frühstück ab 9.00 Uhr, geöffnet ab 10.00 Uhr, Verkauf ab 12.00 Uhr. Möbel Staudé, Meelbaumstr. 15, 30165 Hannover

Entdecken Sie unsere guten Seiten:

Lokales · Sport · Einkaufstipps



## Grüne Wege auf Dächern

Auf dem Parkhaus Schmiedestraße startet das Projekt „City Roofwalks“

**HANNOVER.** Mit dem ersten Spatenstich hat die Umsetzung der sogenannten „City-Roofwalks“ auf dem Parkhaus Schmiedestraße begonnen. Das Projekt soll bislang versiegelte Dachflächen in begehbare, begrünte Aufenthaltsräume verwandeln und Klimaanpassung mit neuer Aufenthaltsqualität in der Innenstadt verbinden.

Zum offiziellen Baubeginn kamen unter anderem Sören Bartol, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen, Oberbürgermeister Belit Onay sowie Karsten Klaus, Geschäftsführer der hanova Wohnen GmbH, auf dem Oberdeck des Parkhauses zusammen. Der Bund unterstützt das Vorhaben mit 2,7 Millionen Euro.

Die „City Roofwalks“ reagieren auf zentrale Herausforderungen moderner Städte. Hohe Versiegelungsgrade, zunehmende Hitzeperioden und vermehrte Starkregenereignisse stellen Kommunen vor wachsende Aufgaben. Begrünte Dächer können zur Abkühlung beitragen, Regenwasser zwischenspeichern und zeitverzögert abgeben. Dadurch wird die Kanalisation entlastet und das Mikroklima verbessert. Zugleich entstehen zusätzliche Aufenthaltsflächen, die neue Perspektiven auf die Innenstadt eröffnen und Stadtleben auf einer weiteren Ebene ermöglichen. In der aktuellen Bauphase entstehen rund



**Grüne Aufenthaltsbereiche auf den Dächern der Stadt: So soll es später aussehen.** Visualisierung: Rehwaldt Landschaftsarchitekten

550 Quadratmeter extensive und 1.300 Quadratmeter intensiv begrünte Dachflächen sowie etwa 800 Quadratmeter begehbare Bereiche. Geplant sind zudem Fassadenbegrünungen, Aufenthalts- und Spielflächen sowie barrierefreie Zugänge. Perspektivisch sollen Rundwege mehrere Gebäude miteinander verbinden.

Oberbürgermeister Belit Onay sagte, Hannover schaffe grüne Räume dort, wo bisher kaum nutzbare Flächen waren. „So verbinden wir Klimaanpassung, Aufenthaltsqualität und eine lebendige resiliente Innenstadt auf innovative Weise. Hannover

nutzt seine Chancen und denkt Stadt neu – nachhaltig, offen und für alle zugänglich“, so Onay.

Bartol war als Fördermittegeber eigens aus Berlin angereist. Er unterstrich die Bedeutung des Projekts. „Mit den „City Roofwalks“ zeigt Hannover, wie Dächer zu einem lebendigen öffentlichen Raum mitten in der Stadt werden können. Das Projekt macht erlebbar, wie Klimaanpassung ganz konkret aussieht: Dächer werden hier zu grünen Oasen, die Regenwasser speichern, Schatten spenden und für ein angenehmeres Mikroklima sorgen“, sagte Bartol. „Ich freue mich sehr, dass der Bund dieses Modellprojekt mit 2,7 Millionen Euro unterstützt. Ich hoffe, dass Hannover damit viele andere Städte inspiriert, ihre Dächer als wertvolle Chance und als Schlüssel für urbane Klimaanpassung zu begreifen.“

Das Projekt geht aus Hannovers Bewerbung als Kulturhauptstadt hervor und wurde in mehreren Planungsphasen gemeinsam mit der hanova weiterentwickelt. Bundesweit gilt die Kombination aus Parkhausnutzung und hochwertiger Dachbegrünung als bislang einmalig. **RED**

## Fünf Jahre ZeitZentrum

**HANNOVER.** Das ZeitZentrum Zivilcourage feiert im März sein fünfjähriges Bestehen. Aus diesem Anlass lädt die Einrichtung am Sonnabend, 14. März, von 11 bis 16 Uhr zu einem Tag der offenen Tür am Theodor-Lessing-Platz 1a unter dem Titel „demokratie\*fest“ ein.

Das offizielle Jubiläumsprogramm beginnt um 11 Uhr mit einer Begrüßung durch Oberbürgermeister Belit Onay. Anschließend gibt Dr. Jens Binner, Direktor des ZeitZentrums, unter der Überschrift „5 Jahre. Rückblick und Aussichten“ einen Einblick in die Entwicklung der Einrichtung und skizziert Perspektiven für die Zukunft. Es folgt ein Podiumsgespräch zum Thema „Zivilgesellschaft und kommunale Erinnerungskultur – Perspektiven für die Zukunft“. Daran beteiligen sich die Bildungs- und Kulturdezernentin Eva Bender, Tchadarou Abdoul von Generation Postmigration, Lisanne Richter von catcallsofhannover, Sebastian Wertmüller vom Netzwerk Erinnerung und Zukunft sowie eine Vertretung des Andersraum. Die Moderation übernimmt Meggy Jackstadt. Musikalische und literarische Beiträge steuern die Sängerin Joy Bogat und die Autorin Ninia LaGrande bei.

Von 12.30 bis 16 Uhr schließen sich interaktive Angebote an. Vorgesehen sind thematische Kurzführungen mit Einblicken in die Arbeit des Hauses, die interaktive Erkundung „Meine Welt“, kurze Outdoor-Stadtführungen sowie eine Fotoaktion zum Thema Demokratie. Zudem gibt es ein Glücksrad und Möglichkeiten zum Austausch.

Das ZeitZentrum Zivilcourage ist Lernort zur Geschichte der hannoverschen Stadtgesellschaft in der Zeit des Nationalsozialismus. Darüber hinaus betreut und fördert das Team lokale Erinnerungsprojekte wie die Stolpersteine, städtische Informationsforen und weitere Erinnerungsorte in Hannover. Auch regelmäßige Publikationen zur historischen Grundlagenforschung gehören zum Angebot. **RED**



**Symbolischer erster Spatenstich für die City Roofwalks (v.l.): Karsten Klaus (Geschäftsführer hanova), Justin Kirchhoff (Fachbereichsleiter Umwelt und Stadtgrün), Anja Ritschel (Wirtschafts- und Umweltdezernentin), Sören Bartol (Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesumweltministerium), Belit Onay (Oberbürgermeister).** Fotos: LHH

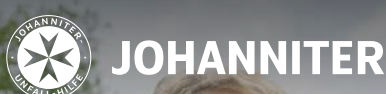
23.02. – 05.04.2026:  
Jetzt 4 Wochen gratis testen und bis zu 120 Euro Preisvorteil sichern!

## Der Johanniter-Hausnotruf.

Zuhause und unterwegs ein gutes Gefühl.

Jetzt bestellen!  
johanniter.de/hausnotruf-testen  
0800 32 33 800 (gebührenfrei)

\*Gültig vom 23.02. bis 05.04.2026. Zu den Aktionsbedingungen besuchen Sie bitte: hausnotruf-testen.de/aktionsbedingungen oder schreiben eine Mail an aktionsbedingungen@johanniter.de.



JOHANNITER

HAUSNOTRUF



## FÜR MÄDCHEN WELTWEIT

Lernen, wachsen, träumen:  
Schaffen Sie mit uns sichere Orte für Mädchen!

JETZT SPENDEN  
www.medicamondiale.org/spenden

