



Bozen/Innsbruck/München, 3. Dezember 2020

#unserealpen: Alpenvereine ziehen positive Bilanz

Gemeinsame Kampagne der Alpenvereine AVS, DAV und ÖAV erfolgreich abgeschlossen

Die Alpenvereine aus Deutschland (DAV), Österreich (ÖAV) und Südtirol (AVS) schließen ihre gemeinsame Kampagne „Unsere Alpen“ mit einem positiven Resümee ab. Millionen Menschen wurden erreicht, das Image der Vereine als Mitgestalter der alpinen Zukunft wurde gestärkt. Die Kernbotschaft der Kampagne lautete: „Die Alpen sind schön. Noch. Es lohnt sich, dafür zu kämpfen.“ Nun ist die Kampagne beendet, der Einsatz für die Bewahrung der Alpen aber geht weiter.

Vor genau zwei Jahren, am 4. Dezember 2018, haben die drei Alpenvereine DAV, ÖAV und AVS das Gemeinschaftsprojekt „Unsere Alpen“ lanciert: Drei zeitgleich stattfindende Pressekonferenzen in Bozen, Innsbruck und München bildeten den Auftakt für die erste internationale Sensibilisierungskampagne im Naturschutzbereich der Alpenvereine. Unter dem Slogan „Unsere Alpen – einfach schön!“ sollte fortan ein breites Publikum über die Ländergrenzen hinweg für die Bewahrung unerschlossener Gebirgsräume gewonnen werden. Und das hat auch geklappt, wie allein schon der Blick auf die sozialen Medien Facebook, Instagram und Twitter zeigt: So wurden im Jahr 2020 rund 3 Millionen Menschen über die diversen Social-Media-Kanäle der drei Alpenvereine erreicht, nochmals mehr als im Jahr zuvor (Gesamtreichweite 2019: 2,5 Millionen). Und der Hashtag #unserealpen wurde seit Beginn der Kampagne über 20.000 Mal in Instagram gepostet. Wie die Zugriffszahlen auf die sozialen Netzwerke außerdem belegen, konnte die Aufmerksamkeit für die Kampagnenbotschaft über die gesamte zweijährige Laufzeit des Projektes aufrechterhalten werden. Mit derselben Kontinuität wurden „unsere Alpen“ auch über die zentrale Website unsere-alpen.org an eine breite Öffentlichkeit rund um die zwei Millionen Alpenvereinsmitglieder vermittelt.

Ein europäisches Gebirge braucht europäische Akteure

Äußerst positiv bewerten die Alpenvereine in ihrer Bilanz die Internationalität des Projektes: Erstmals haben die Abteilungen Naturschutz und Öffentlichkeitsarbeit aller drei Vereine an einer gemeinsamen Kampagne gearbeitet – und dadurch deren Wirkkraft erheblich gesteigert, wie Josef Klenner, Präsident des DAV, feststellt: „Die Kampagne hat bewiesen,

dass wir unsere Kräfte bündeln müssen, wenn wir etwas erreichen wollen. Die Alpen sind ein europäisches Gebirge, deshalb müssen wir auch international handeln.“ Einen weiteren positiven Effekt der Kampagne macht der Präsident des ÖAV, Andreas Ermacora, am Imagewandel der Alpenvereine fest: „Mit der Kampagne haben wir der Öffentlichkeit gezeigt, dass wir die Zukunft der Alpen mitgestalten wollen.“

Stimmungswandel in der Öffentlichkeit

Riedberger Horn, Skiverbindung St. Anton - Kappl usw. – Projekte der letzten Jahre, die zuvor durchgewinkt worden wären, lassen sich nicht mehr einfach so umsetzen. Die Gerichte und die Politik entscheiden vor dem Hintergrund eines massiven Stimmungswandels in der Öffentlichkeit inzwischen anders als früher. An diesem Stimmungswandel haben auch die Alpenvereine ihren Anteil, nicht zuletzt durch die Kampagne #unserealpen. Dabei sieht die Öffentlichkeit den Verzicht auf weitere Erschließungsprojekte nicht mehr in erster Linie als wirtschaftlichen Standortnachteil, sondern als Investition in die Zukunft. AVS-Präsident Georg Simeoni ist überzeugt: „Ob Verkehr, Wasserkraft oder Skigebietsausbau – mit der Kampagne haben wir die großen Themen des alpinen Naturschutzes aufgegriffen und dabei auch große Erfolge verbuchen können.“

Nach zwei Jahren nun endet zwar die Kampagne, aber die Hauptbotschaft bleibt: Die Alpen sind schön, gleichzeitig sind sie bedroht. Die Alpenvereine werden sich deshalb weiterhin Seite an Seite für „unseren“ Alpenraum einsetzen.