

PRESSE NEWS

Gemeinsam #unter50 – das Allgäu gibt nicht auf Kampagne richtet sich sowohl an Allgäuer als auch an Gäste aus Ballungsräumen

Kempten (AG, 03.02.2021) – Mit der Kampagne #unter50 hat die Allgäu GmbH bereits Mitte Dezember an Allgäuer und Allgäuerinnen appelliert, möglichst auf Kontakte zu verzichten und in häuslicher Umgebung zu bleiben. Ziel war, den Inzidenzwert auf unter 50 zu senken. Diese Zielmarke, so die Bundesregierung, erlaube eine Kontaktnachverfolgung um Infektionsketten zu unterbrechen und ein öffentliches Leben wieder zu ermöglichen. Offensichtlich haben sich viele Allgäuer an die Vorgaben gehalten, denn einige Allgäuer Landkreise und Städte sind zeitweise bereits unter den Inzidenzwert von 50 gerutscht.

Nun setzt die Allgäu GmbH die Kampagne #unter50 fort. Dabei richtet sie sich aber nicht nur an die Einheimischen, sondern gezielt auch an Menschen in den nahen Ballungsräumen.

„Wir erblicken Licht am Ende des Tunnels. Doch ist er länger als gedacht und ein Ende der Maßnahmen ist leider noch nicht in Sicht“, begründen Klaus Fischer und Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH, die Fortsetzung der Kampagne. Täglich sorgen sich Menschen um ihre Gesundheit, ihre wirtschaftliche Existenz, ihre Zukunftsperspektive. In dieser zermürbenden Situation möchte die Allgäu GmbH Mut machen und Wege aufzeigen.

Corona gibt noch nicht auf. Das Allgäu auch nicht.

In der nun zweiten Kampagne „gemeinsam #unter50“ wirbt die Allgäu GmbH mit entsprechend an die Quellgebiete der Allgäuer Tagesgäste angepassten Motiven und Slogan, verantwortungsvoll mit der Corona-Situation umzugehen. „Wir wollen Gäste nicht ausschließen. Denn einerseits fördert die Bewegung in der frischen Luft das Immunsystem und das seelische Wohlbefinden. Andererseits gilt es den Inzidenzwert zu senken, was bedeutet, keine stark frequentierten Ausflugsziele anzusteuern, sondern die kleinen, noch unbekannteren zu entdecken“, sagen Fischer und Joachim. „Meist muss man gar nicht weit fahren. Vieles lässt sich vor der Haustüre neu entdecken, wenn man mit offenen Augen und Ohren, mit einer anderen Perspektive schon längst vergessene Wege geht“, ergänzt Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH. „Wir appellieren an alle, öffentliche Hotspots, wo sich zu viele Menschen aufhalten, zu vermeiden. Es gibt viele Kleinode in der eigenen Umgebung zu entdecken. Das ist ein achtsamer Umgang mit der Natur und hilft die Corona-Situation zu entspannen.“ Diese Botschaft wird nun bis mindestens Ende Februar über die Social Media Kanäle gespielt. Ergänzt wird sie mit der Ausspielung von verschiedenen Beiträgen, wie man sich das Allgäu nach Hause holen kann. Zu finden sind auf zuhause.allgaeu.de Rezepte aus der Allgäuer Küche, Tipps für Handgemachtes, Yoga für zuhause und vieles mehr.

Illuminierte Gebäude, Briefmarken, Displays von Bankautomaten und prominente Unterstützer

Mit der zweiten Kampagne #unter50 erhofft sich die Allgäu GmbH genauso viel Zuspruch wie im Dezember: Über 2,3 Millionen Menschen wurden erreicht, auch dank der Unterstützung prominenter Allgäuer Persönlichkeiten wie Johannes Rydzek, Volker Klüpfel und Michael Kobr sowie die Allgäuer Landrätinnen und Landräte. Außerdem wurden zahlreiche Rathäuser, Tourist Informationen, Banken oder Museen beleuchtet, Briefmarken herausgegeben und zahlreiche Bankautomaten zeigten das Kampagnemotto.

Pressekontakt:

Simone Zehnpfennig
Allgäu GmbH
Tel. 0831/5753737, Fax 0831/5753733
zehnpfennig@allgaeu.de; www.allgaeu.de

Bernhard Joachim
Geschäftsführer
Tel. 0831/575 37 31
joachim@allgaeu.de