

Neuer Imagefilm für Langenargen – humorvoll, emotional und anders

Die Gemeinde Langenargen hat in Kooperation mit der Film- und Werbeagentur Dreamscope einen neuen Imagefilm realisiert, der sich bewusst von klassischen Formaten abhebt. Mit einem kreativen Ansatz, einer außergewöhnlichen Erzählweise und einer Prise Humor und Ironie zeigt der Film Langenargen aus einer ganz neuen Perspektive – emotional, authentisch und überraschend anders.

Im Mittelpunkt des Films steht die Geschichte der Protagonistin Tschanni, die eigentlich auf dem Weg nach Los Angeles war – doch durch ein Missverständnis landet sie im „falschen LA“: in Langenargen. Was zunächst eine Enttäuschung ist, entpuppt sich schon bald als Glücksfall. Tschanni findet nicht nur Gefallen an der idyllischen Gemeinde am Bodensee, sondern nimmt die Zuschauerinnen und Zuschauer mit auf eine unterhaltsame und facettenreiche Entdeckungsreise durch den Ort. Dabei werden vielfältige Eindrücke und Emotionen transportiert – von Natur und Kultur bis hin zu Freizeitmöglichkeiten und dem besonderen Lebensgefühl in Langenargen.

Der Film punktet mit hochwertigen Bildern, liebevollen Details und einem erfrischenden Drehbuch, das nicht nur zum Schmunzeln einlädt, sondern Langenargen sympathisch und modern präsentiert.

Die Produktionskosten des Films belaufen sich auf insgesamt 18.500 Euro. Die Gemeinde beteiligte sich mit einem Betrag von 5.000 Euro. Darüber hinaus konnten 21 lokale Werbepartner für das Projekt gewonnen werden, deren Engagement rund 13.800 Euro an Einnahmen einbrachte.

Der Erfolg des Projekts zeigt sich auch in den Zahlen: Der Imagefilm wurde über YouTube bereits 26.933 Mal aufgerufen. Darüber hinaus konnte über das Professional Dashboard (Instagram) eine Reichweitensteigerung von 33.281 auf beeindruckende 111.599 Aufrufe verzeichnet werden.

Mit diesem modernen, aufmerksamkeitsstarken Film setzt Langenargen ein klares Zeichen für innovatives Standortmarketing – und präsentiert sich als lebens- und lebenswerter Ort am Bodensee.