

## Das Westallgäu aus der Vogelperspektive



Wandern entlang rauschender Bäche und Wasserfälle, der Sonne auf der Allgäuer Käsestraße entgegenradeln oder in die vielfältigen Angebote zum Thema Entschleunigung eintauchen. Insgesamt vier neue Filme nehmen den Betrachter mit auf Reisen durch das Westallgäu. Mit den Schwerpunktthemen ?Westallgäuer Wasserwege?, ?Allgäuer Käsestraße? und ?Kraftquelle Allgäu? hebt sich das Westallgäu deutlich von anderen Regionen auch innerhalb des Allgäus ab.

Um das touristische Profil weiter zu schärfen, wurden demnach im Rahmen des LEADER-Projekts ?Westallgäu?? drei ca. zweiminütige Imagefilme zu diesen Alleinstellungsmerkmalen produziert. Ergänzend wurden aus verschiedenen Sequenzen der drei Imagefilme ein ?Westallgäu-Teaser? als Hauptfilm produziert, der alle drei Themen anreißt.

Am 4. April wird nun auf der Facebookseite [www.facebook.com/info.westallgaeu](http://www.facebook.com/info.westallgaeu) der Hauptfilm veröffentlicht, und wir würden uns freuen, wenn Sie diesen Post teilen würden. In Youtube finden Sie den Film ebenfalls ab dem 4. April, falls Sie ihn in Ihre eigene Kommunikation integrieren möchten. Neben dem Dreh der vier Imagefilme wurden im Rahmen des Projekts Monitore an gut frequentierten Standorten im Westallgäu installiert, auf denen die Filme ebenfalls abgespielt werden. Den Film, ein Making Of und alle Informationen zum Westallgäu gibt es gesammelt auf der Homepage [www.westallgaeu.de](http://www.westallgaeu.de)

Bei der Auswahl der Drehorte achteten die Projektpartner insbesondere darauf, dass diese die drei Schwerpunktthemen des Westallgäus repräsentieren. Unter anderem fiel die Wahl auf den Eistobel (Westallgäuer Wasserwege), die Sennerei Bremenried (Allgäuer Käsestraße) sowie die Wendelinskapelle am Kinberg (Kraftquelle Allgäu). Darüber hinaus sollten sich die Drehorte möglichst flächendeckend auf das gesamte Westallgäu und die nähere Umgebung verteilen. So startet der Hauptfilm mit einem Sonnenaufgang auf dem Hochgrat, das Finale bildet der Sonnenuntergang am skywalk allgäu. Insgesamt wurde an 17 Standorten gedreht.

Bei der Darstellersuche wurde besonderes Augenmerk darauf gelegt, dass die Models den Zielgruppen des Westallgäus und der drei touristischen Schwerpunktthemen entsprechen. Darüber hinaus war es den Verantwortlichen ein großes Anliegen, in weiten Teilen mit Einheimischen zusammenzuarbeiten, um die Region möglichst authentisch präsentieren zu können. Insgesamt wurden über 45 Darsteller ausgewählt. Verantwortlich für die Produktion ist die ?Mischfabrik? aus dem Berchtesgadener Land. Nicht nur die Einhaltung des vorgegebenen Budgets sprach dabei für das junge Unternehmen, auch dessen Referenzen begeisterten die Entscheidungsträger. Die Mischfabrik konnte bereits große Konzerne wie Red Bull, Cube, Liebherr oder die Allgäu GmbH überzeugen und neue Maßstäbe in deren Videosektor setzen. Zudem erwartet sich das Westallgäu von der Konzeptidee des ?One Shots? eine vergleichsweise hohe Aufmerksamkeit, unter anderem in den Sozialen Medien.

Der fertige Film soll den Eindruck vermitteln, der Zuseher würde wie ein Vogel über das Westallgäu fliegen und bei besonders sehenswerten Stellen ins Geschehen ?eintauchen?. Auf diese Weise sollen die hohe Erlebnisdichte und der Variantenreichtum des Westallgäus betont werden. Der Eindruck der fortlaufenden Kamerabewegung erfordert unter anderem gut durchdachte Schnitte zwischen den einzelnen Szenen, die dem Zuseher nicht sofort ins Auge stechen.

Verantwortlich für die Inhalte des LEADER-Projekts ist das Regionale Tourismusmanagement im Landkreis Lindau (Bodensee), die

Projekträgerschaft liegt bei der Regionalentwicklung Westallgäu-Bayerischer Bodensee. Als Projektpartner fungieren Scheidegg Tourismus sowie der Verein Allgäuer Käsestraße e.V. Insgesamt wurden 60.000 Euro für das Projekt veranschlagt, die beantragte Fördersumme beläuft sich auf rund 30.000 Euro. Mit dem EU-Programm LEADER werden innovative und partnerschaftliche Ansätze entwickelt, um ländliche Regionen zu stärken und diese zu bezuschussen.