► **BUD SPENCER**

► Ein Doku-Movie als Web 2.0-Projekt

TEXT

JOACHIM SCHÄTZ

BILD BUDSPENCERMOVIE.COM/FLORIAN AUER

BE BUD OF IT!

WEB 2.0 HAT SICH ZUR GROSSEN HOFFNUNG FÜR UNABHÄNGIGE FILMPRODUKTIONEN ENTWICKELT.
MIT EINEM NO-BUDGET-DOKUMENTARFILMPROJEKT ÜBER BUD SPENCER MACHEN KARL-MARTIN POLD UND
SARAH NÖRENBERG DIE PROBE AUFS EXEMPEL.

Ein T-Shirt war schuld: Als FH-Student Karl-Martin Pold auf Italienurlaub Zwischenstopp in Neapel machte, fiel dem ortsansässigen Campingplatz-Betreiber das Konterfei auf, das in flächig schwarzem Che-Guevara-Style auf Polds Leiberl gedruckt war: Bud Spencer, sprach der Neapolitaner Pold an, der wäre ja hier in der Stadt geboren. Und sein Boss, erzählte er weiter, sei mit Spencer immer noch gut befreundet. Pold, der ein Thema für seine nahende Diplomarbeit suchte (Studium: Journalismus und Unternehmenskommunikation in Graz), kam ins Grübeln: Wenn sich über einen solchen Kontakt ein Interview mit seinem Kindheitsidol Bud Spencer höchstpersönlich arrangieren ließe ... Nach kurzer Recherche stellte sich heraus, dass tatsächlich noch kein Dokumentarfilm existiert, der Kult und Vita von Bud Spencer gründlich nachgeht - trotz dessen anhaltender Popularität als prominente Nachmittagsfernsehen-Ikone zwischen Mitteleuropa und Südafrika, trotz eines verblüffend vielseitigen Lebenswandels als Profischwimmer, Film-Superstar, Flugunternehmer etc. etc. Diese Lücke, beschloss Pold, gehört geschlossen. Das Filmprojekt »Sie nannten ihn Spencer« war geboren.

VON FANS FÜR FANS

Das war im Sommer 2008. Karl-Martin Polds Diplomarbeit - ein Konzept des Dokumentarfilms - ist inzwischen nicht nur fertiggestellt: Ein Exemplar davon hat er bereits persönlich an Bud Spencer übergeben. Die Teilnahme von Carlo Pedersoli (so der bürgerliche Name hinter dem amerikanischen Pseudonym) an einem ausführlichen Filminterview ist nach zwei Treffen schriftlich fixiert, auch von vielen wichtigen Weggefährten des 80-jährigen gibt es Zusagen. Gespräche mit dem Kindheitsfreund und Bestsellerautor Luciano De Crescenzo oder dem

Komponisten Maurizio de Angelis (eine Hälfte der Spencer-Soundtrack-Hitlieferanten Oliver Onions) wurden im April dieses Jahres abgedreht.

Dass Karl-Martin Pold und Sarah Nörenberg, die seit vorigem Herbst als Produktionsmanagerin mit ihm zusammenarbeitet, so weit gekommen sind - ohne Produktionsfirma im Rücken oder privilegierte Kontakte zu den Medien -, verdankt sich vor allem einer gewieften Verknüpfung von Marketing und Herstellung: »Sie nannten ihn Spencer« ist vielleicht die erste österreichische Filmproduktion, die das Internet als Aufmerksamkeitsmaschine, aber auch als Instrument der Partizipation wirklich ernst nimmt - ein DIY-Film von Fans für Fans, nach den Regeln des Web 2.0. Seit März 2009 lässt Pold im Blog *budspencermovie.com* Interessierte Schritt für Schritt an der Genese des Projekts teilhaben. Zugleich wird die Leserschaft (inzwischen verzeichnet man täglich 200-300 Viewer) per Einträgen und Newsletter-Aussendungen um Hilfestellungen und Vorschläge aller Art gebeten, von Anekdotenwissen bis zu Übersetzungen und Interviewfragen. Kontakte zu den zahlreichen internationalen Fan-Communities hat Pold über Facebook und durch gezieltes Anschreiben von Portalen wie *spencerhill.de* aufgebaut. Eine Presseaussendung zeitgerecht vor Bud Spencers 80er im vergangenen Oktober führte zu Präsenzen in österreichischen Medien von *TV-Media* bis *Der Standard* und brachte eine Menge zusätzlicher Klicks.

TESTBALLON

Social Network-Gurus und Creative Industries-Propheten wittern in solchen netzbasierten, fannahen Produktionsweisen die Zukunft des unabhängigen Films: Statt auf den kleinsten gemeinsamen Nenner möglichst vieler potenzieller Zielgruppen schießen zu müssen, könnten Filmprojekte per Web 2.0 spezifisch interessierte Communities bereits in Konzeption und Her-