

**Ikone Bud auf dem Weg zum Backpfeifenrodeo: als Baby, Schwimmer, in Heldenpose und mit österreichischen Fans**

Die erste österreichische Filmproduktion, die das Internet als Instrument der Partizipation wirklich ernst nimmt.

stellung einbinden. Ein engagiertes Stammpublikum mit treffsicherer Mundpropaganda wäre dem Film dann sicher. Auf Webportalen wie *IndieGoGo* oder *Kickstarter* werben jetzt schon zahlreiche Filmkreative für Mitarbeit und (vor allem) finanzielle Beteiligung an ihren Projekten. Auch auf *budspencermovie.com* fehlt der Spenden-Button nicht.

Als Testballon für diese Art von Filmproduktion wirkt das Sujet Bud Spencer nachgerade prädestiniert: Zum einen existiert gerade im deutschen Sprachraum dank der legendären Schnodder-Deutsch-Synchronfassungen von Spencers zahllosen Prügelkomödien eine gut organisierte wie hochmotivierte Fan-Gemeinde; zum anderen gehört Bud Spencer dank permanenten TV-Replays zu einer nostalgisch aufgeladenen, generationenübergreifenden Alltagskultur, die sich auch abseits von Radikal-Fantum per Social Networks elegant anzapfen lässt. (Wer wollte Bud Spencer denn nicht gleich per Knopfdruck *liken*, wenn man darüber stolpert?)

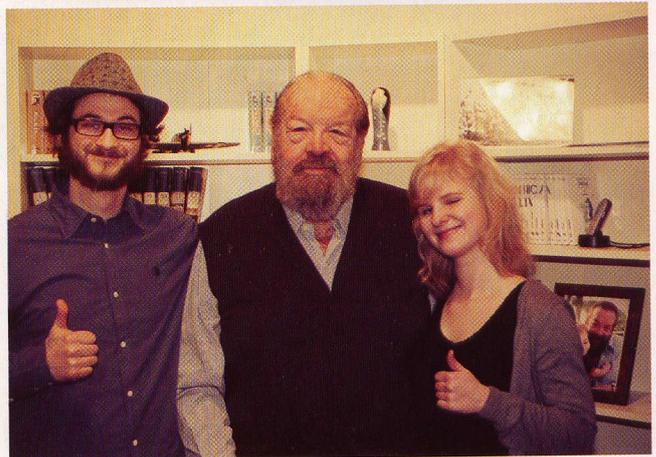
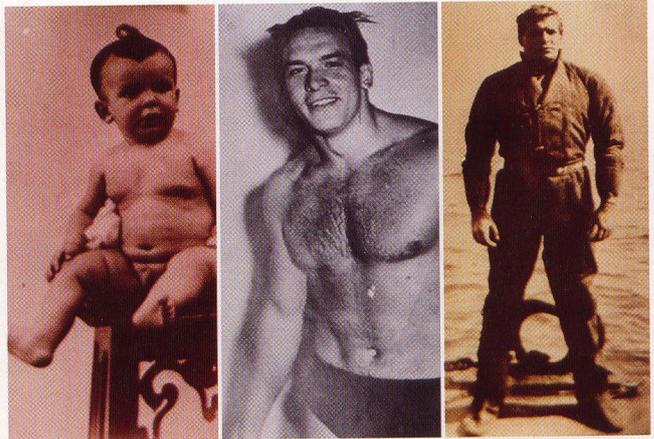
### **PARTNERSCHAFTEN**

Ganz so einfach ist es aber auch nicht, die begehrte »Fan Power« zu melken. Das Vertrauen von Hardcore-Fans mit begehrten Kontaktdaten musste sich Pold beispielsweise erst durch kontinuierliches Arbeiten verdienen: »Das hat eine ganze Weile gedauert. Aber irgendwann haben auch die Skeptischen gemerkt, der bloggt regelmäßig, und der schreibt im Ernst eine Diplomarbeit über Bud Spencer.«

Auf Hilfeanfragen antworten bis heute zwar häufig dieselben paar Leute, aber der Pool an regelmäßigen Lesern wird konstant größer. Und die unentgeltliche Mitarbeit der Fans kann sich sehen lassen: Zwei Übersetzerinnen stehen inzwischen bei Recherche-Reisen und Telefonaten bei (Pold und Nörenberg sprechen kein Italienisch), eine andere Fanbekanntschaft bestückt den YouTube-Kanal mit Originalbeiträgen, ein IT-Spezialist programmiert gratis die neue Projekt-Homepage, die im Sommer online gehen soll. Neben der Biografie Spencers soll dann auch die aktuelle Fankultur in ihren extremeren Ausprägungen Gegenstand des Films werden: Zur nächsten großen Bud Spencer- & Terence Hill-Convention im September in Halle an der Saale ist man schon eingeladen.

Über einen Fan kam Pold auch an die Telefonnummer von Bud Spencers Büro. Zum persönlichen Treffen kam es dann aber erst dank beherzter Frechheit: »Termine mit Spencer ausmachen funktioniert nicht«, erzählt Pold. »Wir wissen von einem ungarischen Fernseheteam, die haben drei Jahre gewartet, bis sie einen Termin für eine Reportage bekommen haben. Also haben wir beschlossen, einfach zu seinem Büro nach Rom zu fahren und dort hineinzuschneiden. Und er hat sich wirklich eine Stunde für uns Zeit genommen.«

Das Kamerainterview mit Spencer, das das Kernstück des Films werden soll, ist für den Sommer geplant. Das Gespräch soll vor allem auch die Recherche noch einmal justieren helfen: Umstrittenes klären, neue Spuren legen, womöglich auf bislang unbefragte Personen hinweisen. »Es gibt so wenig seriös



recherchiertes Material zu Bud Spencer, weil er auch immer nur dasselbe gefragt wurde«, so Sarah Nörenberg: »Sie waren Schwimmer? Wow! Und dabei ist es mehr oder weniger geblieben.« Derzeit ist auch beabsichtigt, einzelne Szenen aus Pedersolis Leben mit Darstellern nachzustellen (ein wenig wie im Trailer, der auf YouTube steht): einer der heikelsten Kostenfaktoren in der Planung des Films.

Die andere dringliche Agenda neben dem Bud Spencer-Gespräch lautet deshalb auch: eine Produktionsfirma finden, mit der Pold und Nörenberg ihr Konzept durchziehen können. Von den gelegentlichen Fan-Spenden alleine lässt sich das Bud Spencer Movie nämlich genauso wenig finanzieren wie vom Verkauf einer limitierten T-Shirt-Edition. Das nötige Budget, um den Film nach eigenen Vorstellungen kinotauglich zu realisieren, schätzt Pold auf 500.000 bis eine Million Euro - keine kleine Summe für die Doku eines Jungfilmers, aber die internationalen Verwertungschancen sind vielversprechend. Am Treatment für eine »kleinere« Fassung wird sicherheitshalber ebenfalls gearbeitet. »Es haben schon einige Produktionsfirmen Interesse gezeigt. Aber uns ist wichtig, dass wir den Bezug zu den Fans, die den Film soweit gebracht haben, erhalten können«, betont Pold. Ohne erfahrene Produktionsfirma an Bord kommt man aber nicht an Filmförderungen heran. Das Abklären der Rechte von verwendeten Musik- und Filmausschnitten (und notfalls die finanzielle Haftung für diese Zitate) überschreitet ebenfalls die Ressourcen des Zwei-Personen-Teams. Derzeit leben Pold und Nörenberg von Erspartem und betreiben die Arbeit am Film, plus minus Nebenjob, als Vollzeitberuf. Nur mit Elan und Kommunikationsgeschick lassen sich die Produktionsverhältnisse dann doch nicht umkrepeln. Man muss deswegen aber nicht gleich demütig werden. Pold: »Der Film wird gemacht, egal, was kommt.«

**Aktuelle Entwicklungen und Fortschritte unter [budspencermovie.wordpress.com](http://budspencermovie.wordpress.com)**