

# Party auf Kommando vor der Kamera

30 Komparsen geben beim Dreh im Xinedome alles – Das Su.casa wird für einen Abend zum Studio

Auch Team-Ulm braucht ein bisschen Werbung. Aus diesem Grund wurde nun im Su.casa der zweite Kinowerbespot des Jugend-Online-Magazins gedreht. Mitglieder der Community wurden zunächst gecastet, aber nur 30 hatten die Chance als Komparsen mitzuwirken.

JULIA BAUR, ISABELL DUSOLT

„Und los!“ Das war das Kommando für die 30 ausgewählten Team-Ulmer, die daraufhin zu tanzen begannen. Doch was bewegte diese jungen Leute dazu? Ganz einfach: Der neue Team-Ulm-Werbespot.

Da der erste Werbestreifen unverständlich und selbst laut Team-Ulm-Geschäftsführer und Mitgründer Andreas Buchenscheit (24) eine „peinliche Wochenendaktion“ war, entschloss sich die Team-Ulm-Leitung, eine neue Kinowerbung zu drehen. Entstanden war der erste Spot mit Hilfe einiger Engländer in einem Londoner Pub, als ein Mitarbeiter seinen Bruder besucht hatte.

Um nun ein besseres Ergebnis zu erzielen, ging es beim zweiten Dreh professioneller ans Werk: Im Vorfeld setzten sich einige Team-Mitarbeiter unter der Leitung von Buchenscheit zusammen und besprachen das gesamte Drehbuch. Dies wurde der Stuttgarter Newcomer-Agentur „Kontrast“ vorgelegt, die mit Team-Ulm kooperiert, da die Kosten der Dreharbeiten bei einer Profifirma in den sechsstelligen Bereich gerückt wären. Geleitet wird „Kontrast“ von Murat Gönützas (26), der beim Dreh von Drinjak Gennis (30) unterstützt wurde.

Um überhaupt Leute für die Aufnahmen zu finden, musste zunächst ein Casting gemacht werden. Etwa 180 User bewarben sich bei Team-Ulm, doch nur 30 wurden von Team-Ulm-Mitarbeiter Julian Herzog (22) und einem Kollegen ausgewählt. Die Bewerber mussten über 18 sein, und außerdem wurde bei der Auswahl auf die bisherige Erfahrung vor der Kamera, sowie auf das äußere Erscheinungsbild der Person geachtet. Unter dem Motto „Sex sells“ wurden die passenden Leute herausgesucht. Und: In erster Linie wählten die Mitarbeiter aus „werbepsychologischen Gründen“ weibliche Komparsen aus.

Und wieso fand der Dreh ausge-rechnet im Su.casa statt? Team-Ulm hat mit dem Ulmer Xinedome einen Vertrag. Die neue Werbung wird also vor jedem Film zu jeder Zeit in



jedem Raum laufen. Finanziert wird das alles durch Sponsoren, denn bei Team-Ulm wird ehrenamtlich gearbeitet. Idee war es bei dem neuen Spot den Werbespruch „mit Team-

Ulm einfach mehr erleben“ zu verwirklichen.

Doch worum geht es eigentlich in diesem neuen Spot genau? Der Hauptdarsteller Enis Aksamija (23),

Partystimmung beim Team-Ulm-Filmdreh im Su.casa (Foto oben), bei dem einige Komparsinnen auch Hauptdarsteller Enis antanzten. FOTOS: KEVIN LANGE

wacht morgens auf, setzt sich mit einer Tasse Kaffee verschlafen vor seinen Laptop und gibt die Internetadresse von Team-Ulm ein. Sofort öffnet sich vor ihm eine andere Welt.

Er befindet sich mitten auf der Tanzfläche in einer Party. Zuerst ziemlich geschockt, betrachtet er die Umgebung, doch dann wird er von Sexy-Girls angetanzt, verfällt in den Rhythmus und beginnt mitzutanzten. Am Schluss erscheint das Team-Ulm-Logo und eine Stimme teilt den Kinobesuchern den Werbespruch mit. 30 Sekunden dauert der Spot. Ganz im Gegensatz zur Drehzeitdauer.

Allein der Dreh der Partyszenen beansprucht mehr als zwei Stunden. Die 30 Komparsen werden immer wieder auf verschiedenen Plätzen positioniert, auf der Tanzfläche oder auf quadratischen Holzpodesten, damit möglichst viele verschiedene Ansichten für die Kamera entstehen.

Auf Zuruf von Murat „geht die Party ab“. Die Team-Ulmer begin-

nen zu tanzen und versuchen eine möglichst echte Partystimmung rüberzubringen. Doch das ist gar nicht so einfach. Mehrere Anläufe sind schon nötig. Für die nächste Szene werden ein paar Mädels ausgewählt, die Enis antanzten. Eine der Auserwählten sagt überrascht: „Oh Gott! Ich habe noch nie absichtlich einen Jungen angetanzt.“ Aber je länger der Dreh, desto leichter fällt es den Beteiligten mitzumachen und Murat bedankt sich am Schluss sichtlich zufrieden bei allen Mitwirkenden. Jeder erhält eine Kino-Freikarte für das Xinedome sowie ein Zertifikat und Team-Ulm Souvenirs.

Für die meisten Beteiligten war es eine komplett neue Erfahrung auf „Knopfdruck“ zu tanzen und die Stimmung anzuheizen. Doch alle hatten ihren Spaß dabei und freuen sich auf Mitte November: Dann wird die neue Team-Ulm-Werbung im Kino zu sehen sein.

ONLINE-INFO  
www.team-ulm.de