

# FUCK THE ATLANTIC OCEAN

Ein Musik-Roadmovie über eine außergewöhnliche Tour ans andere Ende der Welt

Ein randvolles Kulturzentrum in Buenos Aires, die größte Party der Stadt in Mar del Plata, ein Geheimkonzert mit einer chilenischen Musikgröße in Valparaiso: Fuck The Atlantic Ocean begleitet die Wiener Band Sweet Sweet Moon auf ihrer abenteuerlichen Reise durch Argentinien und Chile. Begonnen hat alles mit dem YouTube Video einer charmanten Straßenperformance von Sweet Sweet Moon. Das Video explodiert und erreicht hunderttausende Klicks, die meisten davon aus Südamerika, wo die Band zuvor noch völlig unbekannt war. Auf Klicks folgen Liebesbekundungen und euphorische Einladungen und es dauert nicht lange, bis sich die beiden Musiker auf die weite Reise über den Atlantik zu ihren größten Fans begeben...



„Auch wenn die Musikindustrie mit sinkenden Plattenverkäufen und illegalen Downloads zu kämpfen hat, ist es einzig und allein dem Internetzeitalter zu verdanken, dass derart märchenhafte Geschichten passieren können.“ - Kronen Zeitung

## Wiener Band + YouTube Hit = Weltberühmt in Südamerika

Mitte 2011 filmt das Team des Wiener Videoblogs They Shoot Music Don't They die Musiker von Sweet Sweet Moon bei einer [spontanen Live-Performance](#) auf der Wiener Rahlstiege. Kurz nach Veröffentlichung des Videos auf YouTube explodieren die Zugriffszahlen: Bis Anfang 2013 erreicht das Video über 600.000 Seher. Ein erstaunlich großer und enthusiastischer Anteil dieser neuen Fans kommt aus Südamerika obwohl Sweet Sweet Moon weder jemals dort aufgetreten sind noch Musik veröffentlicht haben.

Die Band begibt sich gemeinsam mit dem vierköpfigen Filmteam von They Shoot Music Don't They im März 2013 auf eine Reise von Buenos Aires quer durch den südamerikanischen Kontinent bis zum Pazifischen Ozean. Fuck The Atlantic Ocean spürt Menschen auf, bei denen Sweet Sweet Moon's Musik einen Nerv getroffen hat. Zwischen den Genres Musikedokumentation und Roadmovie ist Fuck The Atlantic Ocean alles andere als ein gewöhnlicher Tourfilm: Die Band tritt bei Hauskonzerten auf, spielt spontane Performances in Kulturzentren und auf Hausdächern, oder intime Sessions in der ruralen Einsamkeit der südamerikanischen Steppen, Wüsten und Berglandschaften. Begegnungen mit Sweet Sweet Moon Fans sind ebenso ein zentraler Bestandteil der Reise wie spontane Bekanntschaften, etwa mit Balletttänzerinnen, einer HipHop Crew und Schulkindern.

Fuck The Atlantic Ocean ist ein Porträt einer jungen Band, die sich gleichermaßen konsequent wie liebenswürdig dem Karrieredenken verweigert. Sweet Sweet Moon bewegen sich fernab von

„Fuck The Atlantic Ocean ist ein fabelhafter Film, den man nicht verpassen sollte.“ - Vice



Promokampagnen und Veröffentlichungsplänen (es gibt trotz jahrelangen Bestehens bis dato kein Album) und halten eine zutiefst romantische Idee des Musikerdaseins hoch. Sie reisen durch einen fremden Kontinent, ohne Plan und ohne Ziel, in den Tag hineinlebend, immer offen für Begegnungen, Eindrücke und jene Zufälle, die das Reisen mit sich bringt.

Der Film begleitet die vagabundierenden Musiker auf dieser Reise zwischen enthusiastischen Fanbegegnungen, einsamen "On the Road"-Momente und bizarrem Straßenmusikantentum: Ein modernes Märchen, das abseits der musikalischen Verwertungslogik die virtuellen Höhenflüge in die Konzertrealität übersetzt und die Unmittelbarkeit und Euphorie von Live-Musik ins Scheinwerferlicht rückt.



„Fuck The Atlantic Ocean sorgt für kollektives Fernweh, herzhaftes Lachen und tosenden Applaus.“ - Heute

## FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

**Wie kam es zu der Idee?** Am Beginn, als sich das YouTube Video von Sweet Sweet Moon verselbstständigt hat und immer mehr spanische Einladungen und Liebesbekundungen eingetrudelt sind, haben Band und Videomacher die Entwicklung amüsiert beobachtet. Die Begeisterung riss jedoch nicht ab, das führte unweigerlich zur Frage, wie es denn tatsächlich wäre, den vielfältigen Aufrufen Folge zu leisten und ein paar Konzerte in Südamerika auf die Beine zu stellen.

**Wie kam's zum Filmtitel?** Der Filmtitel ist von dem YouTube Kommentar eines Fans inspiriert, der von Übersee aus geflucht hat: "Fuck the Atlantic Ocean, making it near impossible to ever see you guys!"

**Wie wurde das Filmprojekt finanziert?** Die Kosten für die Reise wurden über Förderungen von BMUKK ("Neue Filmformate") und SKE, sowie über eine [Crowdfunding Kampagne](#) finanziert. Insgesamt stand ein Budget von 11.000 Euro zur Verfügung.

**Gibt es neben dem Film noch andere Veröffentlichungen zu Fuck The Atlantic Ocean?** Ja. [Simon Brugner](#) hat die Reise fotografisch begleitet und veröffentlicht parallel zum Film und in Kooperation mit dem argentinischen Künstler [Sebastián Fuks](#) das gleichnamige Buch. Während der Tour in Südamerika haben Band und Filmteam [ein Reisetagebuch](#) mit Eindrücken in Bild, Video, Ton und Text betrieben. Während der Reise sind auch viele Sessions entstanden, die vor Filmstart regelmäßig auf [fucktheatlanticocean.com](http://fucktheatlanticocean.com) veröffentlicht wurden.

**Warum haben so viele Südamerikaner das Video angesehen? Warum findet diese Musik gerade dort Gehör?** Eine klare Antwort darauf gibt es nicht, aber einige Erklärungsversuche. Zum Beispiel: Die ungewöhnliche und teilweise brachiale Verwendung von klassischen Instrumenten und Matthias' Schreigesang kommen in Südamerika sehr gut an. Ein anderer Erklärungsansatz ist, dass sich die Wiener Band an keinen Kanon hält und trotz des Pop-Appeals keine Dissonanzen scheut; Regelbruch und die Suche nach dem Schönen im Chaotischen gehören in Südamerika zum Alltag.

**Wie sind die Konzerte in Südamerika zustande gekommen?** Anders als bei einer herkömmlichen Tour gab es keinen Masterplan, nur eine ungefähre Route. Entlang der Route konnten Fans Konzerte organisieren. Zu Reiseantritt waren erst zwei bis drei Shows fixiert. Der Rest ergab sich quasi on the road.

**Was waren die Höhepunkt der Reise?** Es gab sehr persönliche Fanbegegnungen (etwa mit dem 17-jährigen Julián, der die Band zu seiner Geburtstagsfeier ins Elternhaus eingeladen hat). Balletttänzerinnen haben zu einem spontanen Sweet Sweet Moon Gig eine Choreographie improvisiert. In Valparaiso hat die chilenische Musikgröße [Pascuala Ilabaca](#) die Band zu einem gemeinsamen Konzertabend in einem abgebrannten Haus geladen.



# DATEN UND FAKTEN

www.fucktheatlanticocean.com

**Länge:** 70 Minuten

**Originalsprache:** Englisch/Spanisch

**Idee/Konzeption/Produktion:** They Shoot Music Don't They (Sarah Brugner, Simon Brugner, Matthias Leih, Michael Luger)

**Narration:** Brian Roueiheb

**Script:** They Shoot Music Don't They, Josh Grigsby

**Soundmix:** David Ruhmer

**Musik:** Sweet Sweet Moon (Matthias Frey: Gesang, Violine, Gitarre; Lukas Pöchhacker: Cello, Gesang)

**Sweet Sweet Moon**, das ist in erster Linie der Hollabrunner Multiinstrumentalist Matthias Frey. Allein auf der Bühne stehend lässt er mit Violine, Loop-Pedal, Drumcomputer und Gesang nach und nach famose Popmelodien entstehen und auf orchestrale Ausmaße anwachsen. Zwar mit ähnlicher musikalischer Herangehensweise, offenbart Frey live allerdings eine Verschrombenheit fernab der perfekten Shows eines Owen Pallett oder Patrick Wolf. Sweet Sweet Moon Konzerte sind bekannt für ihre schrullig charmante Unvorhersehbarkeit. Zwischen Genie und Wahnsinn integriert Sweet Sweet Moon spontan ausgeborgte Instrumente, schmettert mal ein Nirvana Cover und bedient in Socken tänzelnd die Pedale seiner Effektgeräte. Dass dabei nicht immer alles glatt geht versteht sich schon fast von selbst, doch dieser talentierte Candide verliert nie seine Unbescholtenheit und hat beim letzten Lied bereits alle Herzen vernascht.

**They Shoot Music Don't They** ist ein Wiener Kollektiv von Filmmachern, Fotografen und Popkulturliebhabern. Seit 2007 produziert das vierköpfige Team Live-Sessions mit bekannten und aufstrebenden Bands an ungewöhnlichen Locations und veröffentlicht die Videos auf dem Video-/Geo-Blog [theyshootmusic.com](http://theyshootmusic.com). Neben dem Live-Sessions Format werden regelmäßig Video- und Kommunikationskonzepte in Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Partner (Red Bull, Adidas, AKG, Jever, Popfest Wien, Stadt Wien, Hamburg Marketing, Okto, ...) realisiert.

