



DIE CHANCE FÜR NACHWUCHSKÜNSTLER

Musikstiftung Entrée und ALMASED starten ihre gemeinsame Kampagne

Stellt euch vor, ihr geht ins Studio, produziert einen Song, schickt ihn an eine bekannte Firma und die wiederum setzt den Song sofort für eine internationale Werbekampagne ein. Klingt wie ein Traum. Ist es aber nicht — zumindest für den Gewinner/die Gewinnerin unseres Wettbewerbs.

Ein großes deutsches Unternehmen, die Almased Wellness GmbH, erweitert ihre bundesweite Werbekampagne — und sucht einen taufischen Key Song für Radio- und TV-Spots.

Weil der neue Almased-Song hautnah zur Corporate Identity und zu den Produkten der Marke passen muss, wird eine Komposition in Demo-Fassung angeboten. Das Demo steht ab **dem 15.04.2013** auf unserer Homepage www.stiftung-entree.de als Download zur Verfügung

Checkt die Teilnahmebedingungen! Ladet den Song runter! Und legt los!

Solisten und Bands sind eingeladen, diesen Songs auf ihre eigene Art zu interpretieren und zu arrangieren, wie es ihrem Stil und Temperament entspricht, in ihrer ganz eigenen Version. Melodie und Text sollen dabei aber überleben.

Eine Entrée-Jury wird drei Gewinner ermitteln und belohnen. Lasst euch überraschen! Der Act, der die Nase ganz vorn hat, wird mit seiner Version professionell produziert und erhält einen Vertrag mit dem werbenden Unternehmen und wird von der Stiftung ENTRÉE weiterhin unterstützt. Die anschließende mediale Präsenz kann ein Sprungbrett sein — ein echter Karriere-Launch!

Wir freuen uns auf eure Beiträge. Auch wenn sie sehr gewagt oder „strange“ daherkommen. Sendet eure Songs auf CD, USB-Sticks oder sonstigen Datenträgern und mit der unterschriebenen Einverständniserklärung an folgende Adresse:

Stiftung Entrée
Johnsallee 9
D 20148 Hamburg

Einsendeschluss ist der 15.07.2013.

PRESSEKONTAKT: INFO@STIFTUNG-ENTREE.DE