

O2 und HTC Smart präsentieren den Uni Band Battle auf MySpace

Veröffentlicht am: 05.05.2010, 13:49

Pressemitteilung von: **Presseverteiler // siehe Boilerplate der jeweiligen Pressemitteilung**

Die Chance für Studentenbands: Für den Uni Band Battle auf MySpace bewerben und beim großen Abschlussevent als Vorband von Revolverheld spielen. München, den 04.05.2010 - Telefónica O2 Germany und der HTC Smart präsentieren den Uni Band Battle zusammen mit MySpace und bieten allen talentierten Studentenbands die Chance, endlich den Sprung vom Probekeller auf die große Bühne zu schaffen! MySpace sucht die beste Studentenband, die sich im User-Voting durchsetzen und als Gewinnerband aus dem Uni Band Battle hervorgehen wird. Ab sofort kann sich jede Band bewerben, in der mindestens ein Mitglied nachweislich Student ist. Nach Ablauf der Bewerbungsfrist trifft Revolverheld am 25.05. als fachkompetente Jury die Vorauswahl und schlägt 10 Bands für das finale User-Voting auf MySpace vor. Am 11.06. steht dann fest, welche Band die meisten Votes von den MySpace-User erhalten hat und bei dem großen Abschlussevent als Vorband von Revolverheld auftreten wird. Da fast jede Band in Deutschland ein MySpace-Profil hat, ist die Teilnahme an dem Uni Band Battle ganz einfach. Die Bands müssen nur ihren Bewerbungssong auf ihr Profil hochladen und sich damit auf www.myspace.com/unibandbattle bewerben. Alle Bands erscheinen in einer Teilnehnergalerie und stellen sich der Einschätzung durch Revolverheld, die die Finalisten auswählen werden. Die User sind dann aufgerufen, für ihre Lieblings-Uni-Band zu voten und können so einen HTC Smart oder Konzerttickets gewinnen. Das große Abschlusskonzert mit Revolverheld und der Gewinnerband des Uni Band Battles wird am 24.06. in der Universitätsstadt Würzburg statt. Zum Aufrufvideo mit Revolverheld zum Uni Band Battle geht's hier: <http://vids.myspace.com/index.cfm?fuseaction=vids.individual&videoid=104752082> (dieser Aufruftrailer darf gerne in Partnersites embedded werden) Der Uni Band Battle wird von O2 und dem HTC Smart präsentiert und zusammen mit MySpace umgesetzt. Das MySpace-Profil zum Projekt bildet dabei den Mittelpunkt der Aktion. Der Uni Band Battle wird für zwei Monate durch Social Media Marketing mit redaktionellen Features und einer individuell konzipierten Integration mit den verschiedensten Placements auf MySpace beworben. Neben den Promotion-Maßnahmen auf MySpace wird die Aktion auch auf StudiVZ, Facebook und Youtube beworben und auf www.o2.de und www.htc.com/de promoted. Deutschlandweit machen die O2 Campusbotschafter an den Hochschulen auf die Aktion aufmerksam. Verschiedene regionale Promitonmaßnahmen runden das Konzept ab. Joel Berger, Managing Director MySpace GSA & Northern Europe zur Wahl von MySpace als Partner und zentrales Lead-Medium des Uni Band Battles: "MySpace ist mit 450.000 Bands und Solokünstlern die größte Musikplattform in Deutschland und überaus erfolgreich darin, Marken mit Lifestyle-Inhalten und der Community zu verknüpfen und erlebbar zu machen. Diese Sonderstellung macht MySpace zum idealen Partner für Marken aus dem Telekommunikations- und Unterhaltungselektronikbereich wie O2 und HTC." "Der Uni Band Battle passt perfekt in unsere Kommunikationsstrategie, Menschen für O2 zu begeistern, wie wir es mit O2 World und O2 Crew bereits sehr erfolgreich umsetzen", so André Schloemer, Vice President Brand Management bei Telefónica O2 Germany. "Über MySpace erreichen wir direkt die Zielgruppe von O2 und des HTC Smart. Dank seiner Funktionalitäten und der einfachen Bedienung wird mobiles Internet zum Erlebnis." "Der HTC Smart ist der perfekte Einstieg in die mobile Social- und Multi-Media-Welt zu einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis", so André Lönne, Executive Director D-A-CH bei HTC. "Die Möglichkeit, ständig in Kontakt zu Freunden, Bekannten und Familie, egal ob digital oder real, zu bleiben sowie umfangreiche Multimedia-Features für Musik und Videos, machen das Mobiltelefon zum optimalen Begleiter auf Tour." Für die Entwicklung und Konzeptionierung des Uni Band Battles zeichnet die Kreativagentur Interone verantwortlich. Kontakte für die Presse: Trademark Public Relations GmbH Goethestraße 6680336 München Telefon: +49 (0)89 - 444 46 74-11 Fax: +49 (0)89 - 444 46 74-79 susanne.nguyen@TrademarkPR.eu

www.TrademarkPR.eu

Pressekontakt

siehe Boilerplate der jeweiligen Pressemitteilung

Presseverteiler

,

Telefon:

E-Mail:

Website: www.trendkraft.de

Firmenportrait

Dies ist ein Pressefach für Partner PR-Agenturen, die Ihre Pressemitteilungen per E-Mail an uns zukommen lassen. Wenn Sie kein Partner sind, sehen Sie von Pressemitteilungszuschriften per E-Mail ab - diese werden wir nicht veröffentlichen. Ihren Ansprechpartner für den Pressekontakt entnehmen Sie bitte aus der Boilerplate der jeweiligen Pressemitteilung.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.de/haftungsausschluss>