

„SuperSong“: Die große Chance, Musikgeschichte zu schreiben

Sony bietet in Kooperation mit Ricky Martin ambitionierten Songwritern die Chance, einen Titel für das offizielle Album zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™ zu schreiben. Ab Anfang Dezember können alle Musikbegeisterten ihre Songs auf www.supersong.com hochladen – der Gewinnersong wird von Ricky Martin eingesungen und hochkarätig produziert.

Wien, 20. November 2013. „SuperSong“ ist ein globaler Musikwettbewerb mit dem internationalen Superstar Ricky Martin. Er wird Mitglied der Jury sein, die den Siegeltitel auswählt, und den Song für das offizielle Album zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™ aufnehmen.

Sony ist offizieller Partner der FIFA in der Kategorie „Digital Life“. An der „SuperSong“ Aktion sind Sony Music Entertainment, Sony Pictures Television und Sony Mobile Communications beteiligt.

Ab 2. Dezember 2013 laden Sony und Ricky Martin Musiker sowie Musik- und Fußballfans aus aller Welt ein, Videos mit einem selbst komponierten Originalsong (Videos mit Originaltexten) für das offizielle Album zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™ auf www.supersong.com hochzuladen. Insgesamt können Ambitionierte aus 30 Ländern mit ihren Liedern ins Rennen gehen. Auch in Österreich sind Musiker und die, die es mal werden wollen, eingeladen mitzumachen.

Die „SuperSong“-Jury wird alle Beiträge prüfen und daraus zunächst eine Top 20 Auswahl zusammenstellen. Danach werden Experten von Sony Music Entertainment und Fans via Online Voting für ihre Lieblingssongs stimmen, um die Finalisten zu ermitteln. Aus den Finalisten wählen Ricky Martin und die „SuperSong“-Jury schliesslich im Februar 2014 den Sieger aus. Dieser wird dabei sein, wenn Ricky Martin und ein hochkarätiger Musikproduzent die Endversion des Songs für das offizielle Album zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft

2014™ aufnehmen, das 2014 von Sony Music Entertainment veröffentlicht wird. Zudem werden der Sieger und ein Gast seiner Wahl nach Brasilien reisen, wo sie als VIP-Gäste von Sony beim Endspiel der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ im Juli 2014 dabei sein werden. Darüber hinaus winken dem Sieger noch weitere Preise von Sony.

Sony Pictures Television wird den gesamten Entstehungsprozess und die Studioaufnahmen für ein TV-Special dokumentieren, dessen Höhepunkt die Weltpremiere des „SuperSong“-Musikvideos ist. Die Sendung wird über die zahlreichen Kanäle von Sony Pictures Television (Crackle, AXN, SET und SPIN) weltweit auf Fernseh- und Digitalkanälen sowie mobilen Plattformen ausgestrahlt.

„Wir freuen uns sehr, ambitionierten Künstlern, Musikfans und Fußballanhängern aus aller Welt eine einzigartige Chance bieten zu können, selbst Teil des Erlebnisses rund um die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™ zu werden“, sagt Soichi Kawachi, VP, Brand Management, Sony. „Sony entwickelt laufend neue und innovative Formen der Unterhaltung, und ‚SuperSong‘ steht ganz im Einklang mit dieser Philosophie. Unsere neuesten Produkte, wie der Musik-/Video-Rekorder HDR-MV1 und die Xperia™ Smartphones, eignen sich ideal, um Beiträge für den Wettbewerb aufzunehmen und einzureichen. Wir hoffen, dass die einzigartige Erfahrung von Sony in den Bereichen Technologie, Fernsehproduktionen und Entertainment ein völlig neues, interaktives Weltmeisterschaftserlebnis ermöglichen wird.“

„Der offizielle Slogan der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™ lautet ‚All In One Rythm‘. Daher ist es fantastisch, dass unser Partner Sony mit dem ‚SuperSong‘-Wettbewerb Fussball- und Musikfans weltweit die Möglichkeit gibt, den Rhythmus mit anzugeben“, so FIFA Marketing-Direktor Thierry Weil. „Mit der Idee, ambitionierten Musikern diese einmalige Gelegenheit zu bieten, leistet Sony einen hervorragenden Beitrag zum kreativen Erfolg der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™. Ich freue mich schon darauf, die Videos mit den Songbeiträgen zu sehen.“

Ricky Martin fügt hinzu: „Es ist eine grosse Ehre für mich, am ‚SuperSong‘-Wettbewerb mitzuwirken. Ich freue mich ausserordentlich, dass ich gebeten wurde, diesen fantastischen Wettbewerb zu präsentieren, bei dem Fans gemeinsam mit mir die Endversion des

Songs schreiben können. Ich finde die Idee brilliant und bin dankbar, dass ich an dieser bedeutenden Aktion mitwirken kann.“

Der Wettbewerb startet am 2. Dezember. Zu diesem Zeitpunkt werden alle Teilnahmebedingungen für die Aktion auf der Website www.supersong.com bekannt gegeben. Die Fans können dann der „SuperSong“ Social Network Community beitreten – und natürlich am Wettbewerb teilnehmen, um ihr Lied zu dem „SuperSong“ zu machen, von dem sie geträumt haben.

Die Ricky Martin „SuperSong“-Website

www.supersong.com


[f https://www.facebook.com/SuperSong](https://www.facebook.com/SuperSong)

[#supersong](https://twitter.com/supersong)

Einen vollständigen Überblick über die Aktivitäten von Sony im Zusammenhang mit der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™ bietet die Website „One Stadium“: football.sony.net ([#onestadium](https://twitter.com/onestadium)).

Bildmaterial

http://bild.detailnet.ch/sony/frame_lightbox.asp?id=2gdWNDiYj8J0qVFFG1aroXkQ

	Umweltinformation
	<p>Sony Europe überdenkt und überprüft laufend seine Produkte, Prozesse und deren potenzielle Auswirkungen auf den Planeten.</p> <p>Produkt: Wir wollen sicherstellen, dass der Energieverbrauch unserer Produkte auch künftig weiter sinkt - unser Ziel ist es, den durchschnittlichen Strombedarf unserer Produkte bis Ende des Geschäftsjahres 2015 um 30 Prozent zu reduzieren*.</p> <p>Prozess: Wir halten alle Prozesse in der gesamten Wertschöpfungskette so umweltfreundlich wie nur möglich, von der Produktentwicklung bis hin zur Abfallentsorgung. Unser Ziel ist es, den CO2-Ausstoß der Standorte der Sony Group bis Ende des Geschäftsjahres 2015 um 30 Prozent zu verringern**.</p> <p>Planet: Wir setzen alles daran, unsere Unternehmenstätigkeit umweltbewusst zu gestalten - langfristig möchten wir erreichen, dass die Produkte und die Geschäftsaktivitäten von Sony über den gesamten Lebenszyklus keinen ökologischen Fußabdruck hinterlassen.</p> <p>Für weitere Informationen zu den Umweltaktivitäten von Sony besuchen Sie bitte www.sony.eu/eco.</p> <p>* Im Vergleich zum Verbrauch im Geschäftsjahr mit Ende 31. März 2009 ** Im Vergleich zum Ausstoß im Geschäftsjahr mit Ende 31. März 2001</p>

Über Sony

Sony bietet integrierte Unterhaltungserlebnisse, die die Bereiche Elektronik, Smartphones, Musik, Film, Spiele und das Sony Entertainment Network zusammenführen. Damit ist das Unternehmen einzigartig aufgestellt, um als eine der weltweit führenden Consumer Marken erfolgreich zu agieren. Sony ist bekannt für seine audiovisuellen Produkte für Endverbraucher sowie für professionelle Anwender. Dazu zählen die BRAVIA LCD High-Definition- (HD) Fernseher, die [Cyber-shot Digitalkameras](#), die [Handycam Camcorder](#), die Alpha [DSLR-Kameras](#), das [Xperia Tablet](#), der WALKMAN [MP3-Player](#) sowie die [VAIO Computer](#) und [professionellen 3D HD Broadcast-Lösungen](#).

Weitere Informationen zu Sony und unseren Produkten erhalten Sie unter <http://www.sony.at>. Informationen zur Sony Corporation gibt es unter <http://www.sony.net>. „Sony“, „WALKMAN“, „VAIO“, „Cyber-shot“, „Handycam“, „α“, „BRAVIA“ und „Xperia“ sind eingetragene Marken oder Marken der Sony Corporation. Alle anderen Marken oder eingetragenen Marken sind Eigentum der jeweiligen Unternehmen.

Weitere Informationen

Susanne Stadler-Graf
PR Manager Austria & Switzerland
Sony Europe Limited
Austria Branch

Telefon: +43 (1) 610 50 2262
Mail: Susanne.Stadler-Graf@eu.sony.com
Web: www.sony.at
Facebook: www.sony.at/facebook

Anna Harmer
Ecker & Partner
Öffentlichkeitsarbeit & Public
Affairs GmbH

Telefon: +43 (1) 599 32 - 33
Mail: sony@eup.at