

## **Summer of Berlin international bekannt**

### **Berlin Music Commission vereinbart Kooperation mit dem Time Out Magazin für die Kampagne Summer of Berlin**

Berlin, den 11. Juli 2012 – Mit der Kampagne Summer of Berlin präsentiert das Branchennetzwerk der Berliner Musikwirtschaft zahlreiche der im Sommer stattfindenden musikalischen Veranstaltungen in der Hauptstadt. Für internationale Aufmerksamkeit sorgt in diesem Jahr die Kooperation mit dem Time Out Magazine – über 60.000 Booklets mit Informationen zu den Berliner Events werden von Berlin über Amsterdam bis nach London verteilt.

„Berlin ist Welt-Metropole und Reise-Mekka für Touristen, die nicht nur nach Hochkultur, sondern auch nach Popkultur suchen. Mit Summer of Berlin wollen wir verstärkt im Ausland auf unser gesamtes Spektrum populärer Musik aufmerksam machen. Die Kooperation mit einem international erfolgreichen Magazin ist dafür ein wichtiger Schritt.“ erklärt Olaf „Gemse“ Kretschmar, Clustermanager der Berlin Music Commission, die Kampagne.

Die zunehmende Anerkennung einzelner Veranstaltungen auch im Ausland führte in diesem Jahr dazu, dass vor allem auf internationales Marketing gesetzt wurde. Zu diesem Zweck wurden für die Kooperation mit dem Time Out Magazine Booklets produziert, die von Amsterdam bis nach London mit dem Magazin ausgegeben werden und über die zahlreichen Event-Formate und Akteure in Berlin berichten. Zusätzlich bildet die Internetpräsenz des Time Out alle Veranstaltungen und wissenswerte Informationen ab.

„Für uns als Veranstalter ist die internationale Promotion der Veranstaltungen im Rahmen von Summer of Berlin von großem Vorteil. Ohne die Kampagne der Berlin Music Commission und die Kooperation mit dem Time Out Magazine würden unsere Events kaum in Amsterdam und London gefeatured werden.“, meint Sylvia Dörge von Trinity Music.

Bereits zum vierten Mal in Folge wird der Sommer in der Hauptstadt von der Kampagne der Berlin Music Commission begleitet und präsentiert. In 2012 rechnen die Veranstalter mit etwa 1.5 Mio Besuchern und über 70 Veranstaltungen, wie etwa der Berlin Music Week Clubnacht, Siro-A im Admiralspalast oder dem Jazz-Meeting in der Kulturbrauerei. Unterstützt wird die Kampagne von namhaften Partnern wie FluxFM, visitBerlin, Aupeo!, Qype, Starcar, wergethin, A&O Hotels and Hostels und hoolp.com.

### **Über Summer of Berlin:**

Die Kampagne Summer of Berlin vereint und präsentiert die wichtigsten musikalischen Veranstaltungen des Berliner Sommers. Ins Leben gerufen wurde die Kampagne in 2008 von der Berlin Music Commission, dem Netzwerk der Berliner Musikwirtschaft.

Medienkontakt: Carolin Uhlig – [carolin.uhlig@tonka-pr.com](mailto:carolin.uhlig@tonka-pr.com) - 030 / 2759597312