



PRESSEINFORMATION

November 2019

„America’s Musical Journey“ auf GoUSA TV verfügbar

Brand USA bringt den Film von der großen Leinwand mit eigener Streaming-App ins Heimkino

München – 26. November 2019. Vom heimischen Sofa aus in die Zentren der amerikanischen Musik: „America’s Musical Journey“, der zweite IMAX®- und Kinofilm von Brand USA, der offiziellen touristischen Marketingorganisation der Vereinigten Staaten, ist ab sofort in Deutschland exklusiv bei dem Streamingdienst GoUSA TV verfügbar. Der Film, der 2018 in den USA Premiere feierte, dreht sich ganz um die Musik: Der Grammy®-nominierte Sänger und Songwriter Aloe Blacc reist darin quer durch die USA zu den bedeutendsten Städten und Stätten des musikalischen Erbes der USA. GoUSA TV, die offizielle Streaming-App von Brand USA mit dutzenden Dokumentationen rund um die Vereinigten Staaten, kann auf mobilen Endgeräten und Smart TVs installiert werden und ist kostenfrei nutzbar.

Zeitgleich mit der GoUSA-Premiere von „America’s Musical Journey“ ist die Dokumentationsreihe „America’s Treasures: Musical Cities“ in der Streaming-App abrufbar. Die brandneue, vier Episoden umfassende Serie wurde von den preisgekrönten Filmemachern von MacGillivray Freeman Films produziert, die auch für „America’s Musical Journey“ verantwortlich zeichnen. Die Doku-Serie knüpft an den Kinofilm an und taucht tiefer ein in die berühmtesten Musik-Städte der USA wie Memphis (Tennessee), New Orleans (Louisiana), Miami (Florida) und Chicago (Illinois).

Memphis ist berühmt als Heimat des Blues und Geburtsort des Rock’n’Roll. Die Zuschauer der Folge lernen den höchst talentierten ortsansässigen Street Dancer Barney Stoll kennen, der berühmt wurde, als er mit dem „Skydiving Elvis Team“ in der typischen Kleidung des „King of Rock’n’Roll“ aus einem Flugzeug sprang. In den Südstaaten unternehmen die Zuschauer eine Reise nach New Orleans, wo das Herz des Jazz schlägt. Von der lebhaften Livemusikszene bis hin zu der einzigartigen Stimmung des Schmelztiegels französischer, afrikanischer sowie amerikanischer Kultureinflüsse und Geschichte – „The Big Easy“ verzaubert alle Sinne. Eine weitere Episode von „America’s Treasures: Musical Cities“ dreht sich um Miami. Die lateinamerikanischen und karibischen Wurzeln der Stadt sind omnipräsent, insbesondere in der Musik von Salsa über Merengue bis hin zu modernen Elektro-Sounds. Emily Estefan, Tochter der Musik-Ikone Gloria Estefan, nimmt die Zuschauer mit auf eine faszinierende musikalische Reise. Nicht weniger lebendig präsentiert sich die Metropole Chicago, die stolz auf ihre Kultur-Pioniere wie Jazz-Pianist Ramsey Lewis und die Tänzer Eddie „Pause Eddie“ Martin Jr. und Donetta Jackson ist. Eddie führt die Zuschauer in einen

einzigartigen Tanz namens „Chicago Footwork“ ein, der afrikanische Stammeseinflüsse, Breakdance und Stepptanz kombiniert.

„GoUSA TV eröffnet uns die Möglichkeit, einem weltweiten Publikum inspirierende Geschichten aus den USA zu erzählen“, erklärt Christopher L. Thompson, Präsident and CEO von Brand USA. „America’s Musical Journey‘ und ‚America’s Treasures: Musical Cities‘ geben uns intensive Einblicke in die große Bedeutung, die Musik für Städte und Regionen im ganzen Land hat und hatte. Wir möchten die Zuschauer animieren, diese unvergleichliche Atmosphäre der Reiseziele selbst zu erleben.“

Die Streaming-App GoUSA TV ist bei Amazon Fire und Apple TV sowie über den iOS Store und Google Play auf Fernsehern und mobilen Endgeräten verfügbar.

ÜBER BRAND USA

Brand USA, die offizielle touristische Marketingorganisation der Vereinigten Staaten von Amerika, wurde gegründet, um die USA weltweit als erstklassiges Reiseziel zu vermarkten. Die Aufgabe von Brand USA ist es, internationale Reisen in die USA zu fördern, um so den touristischen Beitrag an der Wirtschaftsleistung zu erhöhen. Eine weitere Aufgabe der Public-Private-Partnership-Organisation ist es, das Image der Vereinigten Staaten weltweit zu verbessern. Gegründet als Corporation for Travel Promotion im Jahre 2010, begann die Organisation Brand USA ihre Arbeit im Mai 2011. Laut Studien von Oxford Economics konnten durch die Marketinginitiativen von Brand USA in den letzten drei Jahren mehr als drei Millionen zusätzliche Besucher in den USA begrüßt werden, woraus eine wirtschaftliche Auswirkung von fast 21 Milliarden US-Dollar und durchschnittlich jährlich 51.000 zusätzliche Arbeitsstellen resultieren.

PRESSEKONTAKT

Lieb Management & Beteiligungs GmbH

Verena Ullrich

Bavariaring 38

D-80336 München

Tel.: +49 (0)89 689 0 638 - 703

E-Mail: vullrich@thebrandusa.de

Internet: www.lieb-management.de

