

EKSPORTSUCCESES FOR DANSK MUSIK

DANSK MUSIK HAR SUCCES I TYSKLAND. AAGE HAR VÆRET PÅ POPKOMM-MESSEN I BERLIN FOR AT MÆRKE STEMNINGEN, NU HVOR MUSIKSPORT ER NOGET, BÅDE REGERINGEN OG ERHVERVS-LIVET STØTTER.

Af Peter Fernando

"Ekstranummer, ekstranummer!" Det er ikke det, at publikum råber på mere. Outlandish har fortjent det. Det er mere det, at de ikke råber "zugabe, zugabe!" For vi er til showcase i Berlin. Og det er mest herboende danskere og medrejsende fans hjemmefra, der sørger for rygvind til deres helte.

Men i aften er det slet ikke de mange fans, der egentlig bliver spillet for. Det er de få nede i mørket foran mixerpulten. Dem med korslagte arme og vurderende miner. Pladefolk, managers og koncertpromotere fra Tyskland og resten af Europa. Alle er kommet for at se, hvilke danske musikere, der lige nu er *prima aus Dänemark*.

Denmark@popkomm-showcasen på spillestedet Postbahnhof er en del af den årlige PopKomm-messe, hvor den europæiske musikindustri præsenterer sig selv og deres produkter. De andre danske navne i aften er Junior Senior, Teitur, Powersolo, Spleen United og Infernal.

"Tyskland burde være et hovedmarked for den danske musikindustri. For det er så tæt på og nemt at komme til," mener den tyske promotor Jan Clausen fra Hamburg-firmaet Queen About Music, der er med til at arrangere showcasen.

Han understreger, at selv om der i 2005 var over 40 danske cd-udgivelser i Tyskland, er det langt fra nemt at slå rigtigt igennem på verdens fjerdestørste marked.

"Det er meget anderledes end i et lille land som Danmark. Hvis fem magasiner og P3 kan lide dig, er din lykke gjort. Folk er også meget tættere på selve

bandet, alle kender en eller anden fra skole. Der er mange tætte forbindelser," siger Clausen og uddyber:

"Tyskland har otte landsdækkende "P3'er" og 10 virkelig vigtige magasiner. Hvis du er på alle steder, kan der blive tale om et break. Men det er meget vanskeligt. Og det bliver lidt sværere for u-signede danske bands, fordi nyhedsseffekten er løjet af."

MUSIK ER NOGET, MAN TALER

I messehallerne kan man observere de obligatoriske noget-ved-musikken-folk med solbriller på indendørs. En enkelt piercet heavydude. To goths. Ellers er der ikke meget rockstar over musikindustriens markedsplads. Væk er dagene, hvor en manager let kunne kendes på jakkesæt, slikt hår og cigar i mundvigen.

Kun afdæmpede toner lyder fra standene. Her er musik noget, man taler. Og forhandler. De tykke checkhæfter forbliver i taskerne, men visitkort med e-mailadresser og mobilnumre bliver byttet som var det en skolegård i Pokemon-alderen.

Standene svinger fra selv-snedkeret Rip, Rap og Rupsk limonadebod til mere kreative påfund. Et af sidstnævnte er en gammel, gul bus, hvorfra den lokale Radio Fritz sender live til hele Berlin og omegn. Stationen sender også som de eneste live fra én koncert. Den danske.

"Showcases er meget vigtige. De har hjulpet os til at opdage dansk musik, som vi har spillet meget af. Vi får også god

respons fra lytterne, fx da vi begyndte at spille Human med Carpark North," siger dj Nadine Kreutzer, der fik ørerne op for Teitur, da han i går trådte op i bussen for at præsentere sig selv.

ROCK PÅ REGERINGSPLAN

Ikke kun pladeselskaber er repræsenteret på PopKomm. Flere lande har egne stande. Brasiliens kulturminister og musiker Gilberto Gil holder en af hovedtalerne. Det danske kulturministerium har givet økonomisk støtte til Music Export Denmark (MXD), der står for det danske fremstød i udlandet. Pop og rock er for alvor rykket op på regeringsplan. Det er kulturel, national branding og big business.

Kritikere i Danmark vil måske anføre, at Junior Senior, Infernal og Outlandish har haft hits og ikke behøver økonomisk støtte. Men MXD er netop stiftet for at kunne hjælpe halvtablerede kunstnere med internationalt potentiale et skridt endnu videre.

"Udvælgelsen sker enten ved at folk selv henvender sig eller ud fra et godt cd-salg. Bestyrelsen kigger på, hvad et band kan præstere på egen hånd, men det er vigtigt, at det har et professionelt bagland. Til mere upcoming navne har vi jo ROSA, som vi har et tæt samarbejde med," forklarer Kristian Riis, daglig leder af MXD og derudover guitarist i Nephew.

POSITIVT MED EKSPORT-STØTTE

Tilbage på Postbahnhof har Spleen United afsluttet deres electrorock-sæt, der i sin kølighed og coolness ikke

kan være mere "Berlin". AAGE er på PopKomm som medlem af et andet United, nemlig Danish Music United, MXD's erhvervsnetværk. At en musikforretning støtter dansk musikeksport økonomisk, generer ikke Spleens Gaute Parbo Niemann:

"Jeg bifalder initiativer som MXD. Det er positivt, at dansk musikeksport statstøttes. Jeg har ikke noget imod, at virksomheder er med. Det er snarere underligt, at det ikke er sket før. Og jeg forestiller mig, at flere folk fra erhvervsinstitutioner smider penge i. Musikkultur er jo et godt brand," siger Niemann, der dog klart sætter grænsen i det øjeblik, et firma søger at få indflydelse på det musikalske udtryk indbefattet logoer eller lignende på scenen.

Mørket er faldet på, og ude i tourbusserne på parkeringspladsen bag den nedlagte, østberlinske postbanegård holder nogle af de danske bands privat *meet and greet* med branchefolkene med de korslagte arme. Håndtryk, smil, flirt, ros, drinks, løfter, aftaler. Det er networking, og et par gode ordudvekslinger mellem rette parter kan give kontant bonus. Så fans fremover vil råbe et af de tyske ord, der lyder bedst i danske musikeres ører:

"Zugabe, zugabe!" ★



TALKSHOWEKSAMEN OG EN LUSSING AF EN ØL



eksportmæssigt. Det er fedt at være nået dertil, for umiddelbart har døren ikke været åben for os," siger Lina Rafn.

Infernal er ikke kun ude og præsentere sig som et godt og gangbart liveband at have på plakaten til europæiske festivalgigs. De skal også overbevise mediefolk om, at de kan begå sig på flydende engelsk i tv-talkshows. For ellers bliver man ikke inviteret.

"Musikere er tit lidt flyvske, måske. Det kan godt være, de er spirituelle og har mange interessante ting at fortælle, men de kan ikke levere en anekdote på to minutter, som skuespillere kan," mener Lina Rafn og henviser til amerikanske talkshowgiganten som Leno og Letterman, der altid har live-musik med i deres programmer, men sjældent interviewer musikerne.

"Mediefolk skal vide, at vi ikke bare flyver rundt på vores egen lille lyserøde sky, men rent faktisk fortæller nogle jordnære anekdoter, som både studieværten og hr. og fru kaffekop kan sidde og hygge sig med," supplerer Paw Lagermann, der efterhånden har opbygget et lille repertoire af små gode historier, Infernal kan fortælle igen og igen i ind- og udenlandske tv- og radioprogrammer.

"Vi er i en genre, der desværre er berygtet for at være playback. Folk forventer ikke, at vi kommer med et stort livesetup og skal bruge masser af kanaler og linedrivers."

Nok er Infernals musik dance og pop, men Lina Rafn befinder sig strålende i selskab med de mere rockorienterede danske navne på det berlinske spillested Postbahnhof. For Infernal spiller live. Og at From Paris To Berlin hittede i England har gjort underværker for omverdenens accept og respekt.

"Det har gjort, at folk ikke kan komme uden om os, i forhold til hvem man støtter rent

EN RÅDDEN OPLEVELSE

Lina Rafn og Paw Lagermann føler ikke denne aften showcase som en eksamen og tror, at folkene bag Infernal har flere nerver på. "De kan mærke, hvad det kan blive til. Men jeg ved showcasen bliver en rådden oplevelse, hvis jeg skal være helt ærlig. Der er ikke nogen, der står og hopper og hujer og synes, vi er fede. De står bare og tjekker os ud," siger Paw Lagermann, der mere forudser kriller i maven over det efterfølgende *meet and greet* med vigtige branchefolk fra Tyskland og Japan.

Men til at bryde isen i sådanne situationer har Infernal fået brygget en helt egen øl på Ølfabrikken i Tisvilde. Den hedder selvfølgelig Infernale.

"Det er fedt at spørge: Vil du ikke have en øl? Og så stikke dem én med Infernale-etiket. Det er topliret," siger Paw Lagermann.

Duo'en har selv været med til at bestemme ingredienserne i det flydende marketing-stunt, der holder hele ni procent.

"En ordentlig lussing af en bajer," kommenterer Lina Rafn og griner. ★

NETWORKING UDEN AT MASE PÅ

PowerSolo er en rock'n'roll-ekspedition. Den ruller ad landevejen fra Mexico til Texas i en gammel hotrod, gennem fransk Louisianas sump-indavl, op i bjerge med skræmmende hillbillies og ender i beattidens London og Paris. En sydende, musikalsk gryde de fremødte tyskere på denmark@popkomm i Berlin øjensynligt varmer sig ved. Der er dog intet nutty over PowerSolos måde at tackle den forretningsmæssige del af karrieren på. Musikbranche-networking behøver ikke være af den amerikanske kaliber, hvor man sætter en størrelse 47 i døren og altid er klar med tungen, der hvor vigtige folks rygge ender. "Jeg synes, man skal være som sig selv. Det hjælper altid at være imødekommende og udadvendt over for folk. Og aldrig nogensinde virke anmassende, det er nok det bedste råd, jeg kan give," siger Kim "Kix" Jeppesen, som bliver flankeret af sin bror, Bo "Atomic Child" Jeppesen: "Det skal være sådan, at folk har lyst til at snakke med én igen." PowerSolo fik deres første manager for bare et par år siden. "Det startede meget godt, men så måtte vi fyre ham. Vi syntes, han var for anmassende," forklarer Atomic Child. "Han havde ikke rigtig forståelse for vores del af branchen," uddyber trommeslager Jens "J.C. Benz" Søndergaard, og Kim Kix tilføjer: "Vi er meget bevidste om at arbejde sammen med nogen, der har et kendskab til det, vi kommer fra."

DET COOLESTE ER AT VÆRE FLINK

Selv om PowerSolo er til de små armbevægelser i forretningslivet, betyder det ikke, at ambitionerne er små. "Jeg synes, det er okay at have store drømme. Men man kan jo godt holde dem lidt inden for bandet og virke lidt ydmyg. Det tror jeg generelt, folk godt kan lide alle steder i verden," siger Kim Kix, der også understreger vigtigheden af altid at følge op på aftaler, idéer og udsendt materiale. Hele efteråret har PowerSolo turneret i Skandinavien, Tyskland og Frankrig. Aftenens showcase i forbindelse med PopKomm-messen bliver behandlet som ethvert andet job. "Der er ikke rigtig den store forskel på, om det er almindeligt show, showcase eller festival - eller et lille gig i Jyderup - varen skal leveres," fastslår Kim Kix. Trioen sørger altid for bagefter at snakke med fans. Også efter koncerter, hvor folk bare har stået og sms'et og virket ligeglade. "Der vil altid stå nogle mennesker, der kan lide dig og synes, du er det fedeste i verden. Og de skal mødes med et håndtryk og et smil," siger Kim Kix. "Det cooleste er at være flink," supplerer J.C. Benz. Med et smil, naturligvis. ★