

OPGIV ALDRIG EN KONCERT PÅ MÅNEN

NANNA CLAUSEN ER DEN FØRSTE ÅRGANG FRA MUSIC MANAGEMENT-UDDANNELSEN PÅ RYTMISK MUSIKKONSERVATORIUM. MED UDDANNELSEN HAR HUN OMSIDER KUNNET FÅ SIN STORE INTERESSE FOR MUSIK, KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING TIL AT GÅ OP I EN HØJERE ENHED. DET HAR INDTIL VIDERE BRAGT HENDE TIL ET JOB SOM PROMOTION MANAGER PÅ PLADESELSKABET EMI.

» TEKST: KATHRINE SCHMEICHEL, JOURNALIST

» FOTO: PHOTO & ART / KUROSH TORJANI

»Det er rigtig sjovt og spændende, at jeg har været med helt fra starten omkring en af mine egne kunstnere«.

Nanna Clausen læner sig tilbage i den smukke, gamle lædersofa, der er en del af hyggekrogen på det store fælleskontor på EMI Music Denmark i det indre København.

Ordene fra den 27-årige promotion manager er møntet på 'hendes' kunstner – danske Bryan Rice, der udsendte sin debutplade i april 2006, og som er kendt for hittet, 'No promises', til filmen Nynne.

Som en af de tre første på music mangement-

uddannelsen gik hun i sommeren 2005 ud af Rytmask Konservatorium og blev straks headhuntet til EMI, indtil videre i et års barselsvikariat.

På EMI er hendes hovedopgave at markedsføre kunstnere over for pressen – bl.a. Nik & Jay, Carpark North og engelske Massive Attack. Det sker fx ved, at hun »griber knoglen« og henvender sig med gode historier og vinkler, der knytter sig til de kunstnere, hun arbejder for. Men en lige så stor del af jobbet er også at koordinere – efterkomme ønsker fra medier og journalister, når de vil lave interviews, musikalske indslag

2005



eller shows med kunstnerne – bl.a. med føromtalt Bryan Rice, der nu er så populær, at det overvejende er hendes evner som koordinator, der er i spil.

FONA SOM FUNDAMENT

Da Nanna Dea Wagner Clausen skulle vælge erhvervsretning efter sin studentereksamen i 1997, var der ingen uddannelsesmuligheder, som direkte pegede mod en karriere inden for musikbranchen. Den dengang 19-årige Nanna Clausen søgte derfor ind i den store Fona på Strøget, fordi hun kunne se, at pladeafdelingen havde et potentiale for at blive endnu bedre.

»PROBLEMET MED AT SATSE PÅ MUSIKBRANCHEN VAR, AT JEG IKKE RIGTIG KUNNE SE, HVOR JEG SKULLE LÆRE DET, JEG GERNE VILLE LÆRE, UDEN AT HAVE VÆRET PÅ ET PLADESELSKAB I 15 ÅR – OG HVORDAN JEG I DET HELE TAGET SKULLE FÅ EN FOD INDENFOR«.

Heldigvis for den musikinteresserede unge pige kunne hendes chef også se hendes potentiale, hvorfor hun ved siden af at ekspedere kunder også fik mulighed for at bestemme hvilken slags musik, der skulle bestilles hjem, og hvordan den kunne præsenteres i forretningen. Bl.a. fik hun ansvaret for forretningens soul- og hip hop-afdeling, som snart kunne præsentere »et mere velassorteret udvalg«.

Efter et år gik Nanna Clausen dog på deltids og søgte ind på det nye it- og engelskstudie på Handelshøjskolen, som desværre viste sig ikke helt at leve op til de forventninger, hun havde haft. Så da hun nærmede sig sin bacheloreksamen, var hun meget i vildrede om, hvad hun skulle fremover. Om hun skulle tage en overbygningssuddannelse på IT-Universitetet, læse videre

med engelsk eller forfølge sin gamle drøm om at blive til noget ved musikken.

»Problemet med at satse på musikbranchen var, at jeg ikke rigtig kunne se, hvor jeg skulle lære det, jeg gerne ville lære, uden at have været på et pladeselskab i 15 år – og hvordan jeg i det hele taget skulle få en fod indenfor. For selvom jeg fra mit job i Fona kendte mange folk i branchen, var pladebranchen ikke noget rart sted at være omkring årtusindskiftet, fordi der var en rigtig grim udvikling i gang med stor nedgang i pladesalget. Derfor kunne jeg ikke forestille mig, at de ville ansætte sådan en som mig, der ikke engang havde en uddannelse i markedsføring«.

Men så var det, at hun læste om den nye management-uddannelse på Rytmisk Musikonservatorium.

»Det var jo det helt rette tidspunkt for mig, at en sådan uddannelse pludselig dukkede op. Her kunne jeg netop lære alle de ting om musikbranchen, jeg følte, jeg manglede og havde potentiale til – og også få udviklet mit netværk«.

MUSIKJURA ER SPÆNDENDE

Samtidig med at hun færdiggjorde sit studium på Handelshøjskolen, søgte Nanna Clausen ind på konservatoriets nye uddannelse og var så heldig at ende med at blive en af de seks ud af 100 ansøgere, der kunne starte i 2002.

Et af hendes yndlingsfag var musikjura.

»Musikjura er afsindigt spændende, fordi det er et emne, der er i stor udvikling i øjeblikket på grund af hele den digitale verden – fx musikdownloades og helt nye formater som superaudio-cd'en. Det betyder bl.a., at man står over for, at en masse kontrakter er forældede og på ny skal tage stilling til, hvem der skal have hvilken andel af hvad, hvordan royalty-afregningen skal foregå, hvad musik skal koste på nettet og alle sådan nogen

spændende ting. Faktisk er musikjura grundlaget for alt det, vi går og laver. For hvis ikke EMI havde en pladekontrakt med Carpark North, kunne jeg jo ikke lave mit arbejde. Det er i sidste ende pladekontrakten der gør, at vi alle sammen tjener penge!«.

Selvom Nanna Clausen og hendes medstuderende gennem hele uddannelsen følte, at de »tydeligt adskilte sig fra de andre studerende«, er hun glad for, at uddannelsen netop var placeret på Rytmaskonservatorium frem for på Handelshøjskolen. For ud over, at hun »har nydt godt af, at der var musik på gangene, og at der måske sad én ude i gården og spillede trompet«, har hun også fået en større forståelse for, hvordan musikere tænker. Og især hvor følsomme, de kan være omkring deres musik, når den kommer ud i det offentlige rum og bliver genstand for markedsføring og andres bedømmelse. En forståelse, hun i dag netop har brug for i sit arbejde på EMI.

MEDSTUDERENDE SOM INSPIRATION

På spørgsmålet om, hvad der var bedst ved at gå på Rytmaskonservatorium, svarer hun prompte:

»Mine medstuderende!«.

Og uddyber:

»Vi supplerede hinanden rigtig godt, fordi vi havde forskellig baggrund fra musikbranchen. Men der var også mange vildt inspirerende lærere, der gjorde, at man virkelig glædede sig til komme i skole hver dag. Fx kom der én udefra og fortalte os om innovation. Han formåede at overbevise os om, at vi skulle tro på os selv og på, at vores ideer og tanker var gode nok. Så i stedet for på forhånd at opgive at lave en koncert på månen, fordi man måske tænker, at det nok koster for meget, skal man tage skridtet videre. Og så kan det jo godt være, at man i sidste ende finder ud af, at det faktisk koster for mange penge at tage til månen. Men så har man stadigvæk sat gang i nogen tanker uden at lade sig bremse på forhånd – fx af sin egen usikkerhed«.

Music management-linien adskiller sig fra de andre

BLÅ BOG

Nanna Dea Wagner Clausen

Født 1978, opvokset i Rødovre. Afgang fra music management-bacheloruddannelsen i 2005.

Arbejder som promotion manager på EMI Music Denmark. Ud over sin BA i Music Management har hun også en BA i IT & Engelsk fra Handelshøjskolen i København. Har sideløbende med sine studier arbejdet som label manager på Gogo Records, marketingsassistent på Island Records i London, A&R/marketing/promotion manager på Universal Music samt i Fona 2000's pladeafdeling fra 1997 til 2004.

uddannelser på Rytmaskonservatorium ved, at den er udviklet i tæt samarbejde med musikbranchen – bl.a. med spillesteds- og pladeselskabsfolk. Igennem de tre år, Nanna Clausen gik der, blev uddannelsen løbende udsat for justeringer. Det ser hun nærmest som en fordel:

»Man kunne godt mærke, at alle parter var nye – både konservatoriet og den nedsatte referencegruppe af folk fra branchen. Selvom der var en del ændringer undervejs, var det aldrig kaotisk eller forvirrende. Og de involverede var gode til at inddrage os – fx fik vi mere musikjura, da vi ønskede det. Så vi var glade for at kunne være med til at præge forløbet. Og jeg er sikker på, at de, som går der nu, får en særlig god uddannelse og virkelig kan noget, når de kommer ud«.