

# From mxd.dk: Travlt The Blue Van-forår ☐ og god "synch"-interesse



*The Blue Van - tager travlheden med ind i det nye år.*  
Mens det fjerde album er under forberedelse venter turneer på væsentlige europæiske markeder og album-udgivelse i samme lande - og så har gruppens danske selskab Iceberg virkelig succes med at afsætte The Blue Vans musik til film, tv, reklamer m.m.

For The Blue Van starter det nye år som 2009 slap. Masser af aktivitet. Ikke blot skal det nye og fjerde album gøres færdig, gruppen skal også følge op på den anseelige interesse, som 2009 har skabt i både Tyskland, Spanien og Frankrig. Først bliver det til et par tyske dryp i midten af januar (Berlin og Hamburg). Men fra sidste uge i februar til starten af marts får gruppen konkret udbytte af de nye aftaler med booking-firmaerne Live Nation i Spanien (kom i hus efter jobbet på "Sixties Rock Festival" i Barcelona) og 3C i Frankrig (skabt efter SPOT On Denmark-showcasen i Paris januar) med fire jobs i hvert land. Og fra midten af marts kalder GAS-landene (Tyskland, Østrig og Schweiz) til en tre uger lang hektisk turné, hvorefter Benelux-landene kommer lige oven i. Koncerterne skal ses i forbindelse med udgivelsen af det seneste album "Man Up" i de pågældende lande, som bliver henholdsvis 26. februar i Tyskland, Østrig og Schweiz og starten af april i Benelux.



*Manfred Zähringer har held med at afsætte The Blue Van på flere fronter.*  
Musik til tyske og amerikanske film m.v.

Men det er ikke det eneste felt, hvor den blå vogn virkelig ruller for tiden. Faktisk har gruppens danske pladeselskab Iceberg Records stort held med at afsætte de fires musik til film, tv m.v. Senest er det lykket at få sangen "Man Up" med i både trailer og (foreløbig) de første otte afsnit af den helt nye tyske krimiserie "Count Down - Die Jagt begjnt", som bliver sendt fra 24. januar på RTL.

Og ellers tæller de vigtigste punkter i den del af The Blue Vans aktiviteter bl.a. at sangen "Silly Boy" blev brugt i traileren til Hollywood-filmen "Boys Are Back". Sangen "Independence" har været titel-sang i alle 12 episoder af NBC/Universal-serien Royal Pains. "Man Up" (igen) er blevet brugt på noget nær alle væsentlige amerikanske tv-stationer i reklamer for Samsung/T-Mobile. Og så har både "Man Up" og "Silly Boy" været med i nye afsnit af "90210 Beverly Hills".

I en tid med vigende pladesalg over hele verden - selv den sidste bastion, Japan er knækket nu - er arbejdet med synch (salg til film, tv, spil, reklame mv., red.) blevet en vigtig supplerende indtægtskilde. Mange hævde små, du ved, fortæller Manfred Zähringer fra Iceberg Records. - Specielt aftalerne med de amerikanske film- og tv-produktionselskaber er interessant for os, fordi pengene gerne falder hurtigt - i løbet af et halvt år - set i forhold til forlagsindtægter hvor pengene fra udlandet gerne tager omkring to år at nå frem og eventuelle "royalties" for solgte cd'er først kommer til udbetaling efter pladeselskaber har "recouped" alle deres udgifter i forbindelse med en pladeudgivelse. Desuden er det selvfølgelig også god PR for at band, at få sin musik med i fil, tv-serier, spil m.v. Det pynter på CV'et og gør de kommende aftaler lettere. Og her har The Blue Van måske lige det rockede, independent-udtryk, som gør sig godt i både USA og Europa for tiden, siger Zähringer om gruppens - og Icebergs - succes på det felt.

From mx.d.dk: Travlt The Blue Van-forår ☐ og god "synch"-interesse