

From mx.d.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?



Korea

...spørger sangerens svenske manager Tomas Jernberg og peger på: Store koncerter udsolgt på minutter. Et væld af hitlistetoppere, over en milliard streams alene i Kina. Multi-platin i Korea. Skrigende fan- og paparazzi-modtagelse i lufthavnene osv. Læs med nedenfor hvor Jernberg og A&R Director på Warner Jan-Erik Stig med udgangspunkt i den danske sangers resultater åbner op for deres erfaringer med det kinesiske og sydøst-asiatiske marked. Med råd om hvad der virker - og hvornår man skal holde sig væk...

Til november-december skal Christopher tilbage på turné til Asien, endelig! Kina, Sydkorea og et par destinationer til - som vil blive offentliggjort senere - venter forude efter den

From mxd.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

corona-pause, der har ramt musikverdenen det seneste 1 ½ år.

Det er den hidtil største asiatiske tour, den 29-årige sanger skal på (en stor kampagne på alle måder), for at følge op på det momentum Christopher har skabt sig i den store region, der indtil nu er blevet udskudt frustrerende tre gange på grund af pandemien - sygdommens alvor og tunge konsekvenser ufortalt. For mens man gør alt for at holde gryden i kog på PR- og udgivelsesfronten, stiger opmærksomheden og salget bare eksponentielt, når Christopher *selv*besøger landene for at give koncerter og lave promotion.

Christopher har egentlig sat aftryk i det meste af den øst- og sydøstasiatiske region, men to områder skiller sig ud, Kina og Korea. Først i Kina hvor det hele begyndte i 2014, mens koreanerne først for alvor overgav sig i 2019 efter et par "følere" i årene forinden.

Et Asien-eventyr lå *ikke* i kortene...

"Hele det asiatiske eventyr startede egentlig ved et tilfælde," forklarer Jan-Erik Stig, A&R Director hos Warner Music Denmark.

"Det lå *ikke* i kortene, at Asien skulle blive et mål for Christopher. Og det er det, jeg synes er så stort omkring denne historie: Det er en blanding af at tage chancen, en masse held - og derefter en masse arbejde og en masse strategier. Men heldet og muligheden kom først."

I 2014 var Christopher blevet en stor teen-stjerne i Danmark. Det var fire år efter han var troppet op hos EMI (i dag en del af Warner-gruppen, red.) med sin guitar, charme og gode stemme, og hurtigt overbeviste Jan-Erik Stig og hans kolleger om, at der skulle skrives kontrakt. Det måtte forældrene så gøre - Christopher var ikke myndig endnu.

I '14 blev Christophers tidligere managers, Thomas Børresen og Steffen Strojcek kontaktet, fordi et kinesisk tv-hold var i landet for at lave et specialindslag om Danmark og forberede et tv-show. De ville blandt andet gerne tale med en dansk pop-stjerne. På det tidspunkt havde Christophers album "I Told You So" toppet Spotify-playlisterne i flere måneder inklusiv tophits i både radio og på streaming. Så han var et naturligt valg.

"De var meget interesseret i denne fyr, som både var veltrænet og så godt ud - de spurgte ind til alt lige fra: hvordan han trænede, hvad han kunne lide ved danske piger, ved kinesiske piger - alt muligt. Og Christopher var bare sit helt naturlige jeg," siger Jan-Erik Stig om interviewet, og husker at tv-folkene afsluttede med et: "Vi henvender os nok igen". Det gjorde de så kort tid efter og inviterede Christopher over til det, der viste sig at være et

From mx.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

live-tv show for 240 mio. seere få uger senere.



Medie-interesse i Tapei

Fra 0 til 100 på tre uger...

“Så i det øjeblik vi vidste, at han skulle optræde til det kinesiske tv-show, ringede jeg til min kollega, Dominic i Beijing, og sagde: “Vi har den her solist, som skal optræde på det tv-show om tre uger. Hvad gør vi?”. Herefter søsatte Warner China en album-launch kampagne i løbet af tre uger, og da Christopher landede i Kina, var han allerede på en 1. plads på QQ Western Music Charts – hvilket jo er *komplet skørt*,” udtrykker Jan-Erik Stig om topplaceringen på Kina’s største og vigtigste musikplatform. “Vi var virkelig overraskede og overvældede over den start. Og efter det show blev han hævet til at være i “major awareness” i det territorium, han havde tre sange fra sit album i top 10. Det var helt skørt. Og det var kun begyndelsen...”

From mxd.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

Der er ingen tvivl om, at de kinesiske samarbejdspartnere fra start fik sat sig i respekt hos Christophers bagland. Men en anden meget vigtig del af den meget stærke start var også Christopher selv.

“Man kan sige, at Christopher selv virkelig adaptedede til den lokale kultur i det tv-show. Han gav en super optræden, men han lavede også ting, som de lokale medier virkelig tog til sig,” forklarer Christophers manager Tomas Jernberg, der dengang var leder af International Exploitation hos Warner Music Nordics, som startede op i Kina netop i 2014. (Jernberg har efterfølgende stået i spidsen for Christophers Asien-aktiviteter, og fra 2017 har han været Christophers manager som partner i Dimberg Jernberg Management).

“F.eks. blev han på forhånd spurgt, om han ville sige noget *bad*, om showets tv-vært - jeg spurgte Warner China-repræsentanten, om man virkelig kunne tillade sig det. Han sagde “ja-ja, endelig” - og så gjorde Christopher det. Dagen efter showet havde han sin første forside på China Times, hvor han blev præsenteret som den sjoveste artist fra Vesten. Han viste en masse humor i den artikel,” siger Jernberg, som fik to vigtige erfaringer med fra den oplevelse; at Christopher er et naturtalent, når det gælder om at spille med på de fremmede udfordringer - og at man kunne stole på rådgivningen fra de kinesiske partnere.

Åben indstilling har bragt ham langt

Hverken Jan-Erik Stig eller Tomas Jernberg er i tvivl om, at Christophers natur og indstilling har bragt ham langt i forhold til det asiatiske publikum. Han siger selvfølgelig ikke ja, til alt. Men hans nysgerrighed og interesse for andre mennesker har været afgørende.

Christopher er naturligt interesseret i folk, i mad og i lokal kultur, fortæller de, og mener, at han har sat en standard for, hvordan man kan tilpasse sig lokal kultur i et land som Kina. For det handler ikke bare om musik men også om kunstneren - og på en helt anden måde end vi er vant til herhjemme. Hvad han selv består af. Hvad er han selv “into”:

“I Kina kan man f.eks. afvikle pressekonferencer med 20 store tv stationer som deltagere, hvor han får serveret ni forskellige former for mad - og bliver bedt om at kommentere det. Ja, det kan vise sig at være nøgledelen af kampagnen. De kan finde på at interviewe ham i fitness-centret, hvor han taler om musik, mens han træner. Vi lavede også noget Vogue-lignende i Shanghai på et tidspunkt, hvor han klædte sig i lokal mode - meget populært. På de sociale medier kan det nærmest minde om “episoder” med ordgætteri eller andet form for indhold, som vi normalt ikke ville se i Danmark eller Sverige, hvor det mere handler om

From mxd.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

musikken,” siger Tomas Jernberg.

Ville lære kulturen - og kende sproget

“Men i Sydøstasien er det mere denne anden slags stof, der er interessant. Og Christopher er faktisk ret åben over for den slags ting. Han nød at lære om kulturen, og det har alle landene i regionen sat stor pris på,” siger Jernberg.

“Faktisk har Christopher også kontaktet badminton-esset Viktor Axelsen, som selv kan begå sig på *mandarin*, for at lære mere til det kinesiske hovedsprog, og har benyttet Axelsens lære i den forbindelse,” fortæller Tomas Jernberg og fortsætter: “Christopher har absolut gehør, så jeg tror også, det hjælper ham med at lære sprog meget hurtigt. Hvis han bliver bedt om at sige sætninger på mandarin, kan han gøre det flydende. Det ville jeg aldrig kunne. Han er lidt af et sproggeni på den måde, for han har ikke studeret ret meget mandarin, men han kan en masse fraser flydende. Derudover har han også optrådt med en sang på mandarin i et tv-show i Taipei efter blot at have øvet sig i 48 timer...”

Vær ydmyg overfor de ting du ikke ved noget om

Man kan også sige det på en anden måde: Jan-Erik Stig og Tomas Jernberg er begge helt tydelige omkring, at man er nødt til at gøre en ekstra indsats og give noget af sig selv for at kunne gøre sig i Kina og det øvrige Sydøstasien. Modsat i Europa og USA, hvor man traditionelt gerne vil markedsføre ud fra et musikalsk udgangspunkt. Og den ekstra indsats gælder både artisten og dennes bagland. Jan-Erik Stig siger:

“Du er nødt til at være ydmyg overfor de ting, du ikke ved noget om. Det blev hurtigt tydeligt for os alle. Du har lokale folk, som du er nødt til at stole på. Som guider dig, og fortæller hvad du er nødt til at gøre. Hvis du bare gør det, som er cool derhjemme, så vil det falde fuldstændig til jorden. Hvis du vil sælge musik i Asien, er du nødt til at være en god historiefortæller og skabe personlig connection. Det er ikke nok at sige “Her er jeg - stream min musik og gør mig til en succes”. Det er en attitude, som intet vil føre med sig, på markeder du ikke kender.”

“For Christophers vedkommende er han måske en af de allerbedste til at engagere sig i promotion, når han er i et nyt land. Han har en imponerende arbejdsetik. Men hvis artisten *ikke* er den rigtige og *ikke* vil gøre en ekstra indsats, så kan Tomas og jeg jo gøre nok så meget. For så er det fuldstændig lige meget og nyttesløst. Til gengæld: Når man lærer det,

From mxd.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

og også lærer sine partnere at kende i området, så kan man også begynde at lave strategier selv. Jeg tror, det er noget af det, vi har lært gennem de sidste syv år," siger A&R'en - gennem mange år en særdeles aktiv spiller, når det gælder dansk musikeksport. Om Christophers case siger han: "Det er meget, meget sjældent, at man får lov til at tage den tur, vi har taget".

Økonomisk vokseværk i Kina og det øvrige Asien

Tilbage i 2014 var Kina stadig rimeligt ubetrådt land for den internationale musikbranche, og usikkert at basere noget økonomisk fundament på - endsige tro på at investeringer overhovedet ville give afkast, som det var tilfældet i meget af det asiatiske område. Men den ting har virkelig ændret sig i de mellemliggende år, og der er god indtjening i dag. Uden at ville sætte tal på fortæller Jan-Erik Stig, at "vi kan virkelig se, at det vokser".

Generelt peger tilgængelige tal i samme voksende retning: Kina indtog i 2017 for første gang en plads blandt de 10 største musikøkonomier på verdensplan - i år ligger landet ifølge IFPI på 7. pladsen. I øvrigt lige efter Sydkorea. "Vi kommer tit til at tale om Asien, som om det var en samlet region. Men der er alene over en mia. mennesker i Kina og over 110 mio. i Filippinerne," siger Jan-Erik Stig. Dertil skal så lægges mere end en halv mia. mennesker oveni ved at tilføje Indonesien, Thailand, Malaysia, Singapore, Sydkorea og Japan. Alle lande der i dag er mulige markeder. "Sammenlignet er Europa bare en lille plet", konstaterer Jan-Erik Stig.

Mere end Kina...

Christophers navn eksploderede i Kina fra 2014: Det blev til hele otte 1. pladser og 12 Top 10 hits på QQ Musics playliste gennem de næste tre år - fulgt af udsolgte koncerter og lange promotion-ture på grund af kæmpe efterspørgsel. Men sideløbende tænkte sangerens bagland netop på, om noget lignende ikke også kunne lade sig gøre i det øvrige Sydøstasien.

Så i 2015 blev Christopher gjort til Warner Music South East Asias Top Priority, og Christopher og Tomas Jernberg rejste rundt til andre steder og de andre lande i regionen og lavede promotion - Jernberg med Asien-erfaring fra både Warner og eget management med navne som bl.a. Roxette.

Jernberg mener, at et nyt afgørende øjeblik var, da Christopher lavede en collab omkring

From mxd.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

sangen "Heartbeat" med mando-popstjernen Kelly Poon i 2017.

"Den sang blev både et hit i Taipei og i Singapore - og endte iøvrigt også på 1. pladsen i Kina," husker Tomas Jernberg, som iøvrigt kan fortælle om en helt crazy episode i Taipei:

Crazy episoder

Han og Christopher var blevet rådet til at tage solbriller på ved ankomsten i lufthavnen uden helt at forstå hvorfor: Men total-blændet af mødet med et hav af strobolights fra paparazziernes kameraer - plus 2000 omringende, myldrende og skrigende fans - understregede det endnu en gang det fornuftige i at lytte til de lokales råd. Efter lufthavnen blev de kørt til et hotel i Taipei, hvor de fik en hél etage for sig selv med vagter, for at kunne være i ro for de mange fans.

I Indonesiens hovedstad Jakarta har Jernberg og Christopher oplevet noget næsten lige så skørt, da de blev eskorteret fra lufthavnen til hotel af politiet - igen på grund af en jublende masse af fans. I Indonesien er det iøvrigt også blevet til en succesfuld collab omkring sangen "Heartbeat" - i det tilfælde i 2019 med den lokale artist Hanin Dhiya. Derudover har han i Thailand haft 1. pladsen på radiohitlisten med "I Won't Let You Down".

I Sydkorea derimod - altså verdens 6. største musikmarked - var succesen længere om at vise sig. Christopher havde bl.a. optrådt på festivaler i 2017 og 2018, men ikke slået afgørende igennem. Men i februar 2019 havde Jernberg & co. fået ham manøvreret ind i kabel-tv-netværket O'live's show "Pocha Beyond Borders", hvor han medvirkede og sang "Bad" for et kæmpepublikum hjemme foran skærmene. Fire måneder senere kunne han spille sit første solo-show i hovedstaden Seoul, som ifølge rygterne gik helt bananas. For at varme lidt ekstra op under koreanerne blev hans efterfølgende video til singlen "Real Life" akkompagneret med billedflader fra netop Seoul. Bingo.

Så nu er albummet "Under The Surface" gået 6 gange platin i Sydkorea! Billetter til tre koncerter i Seoul à 3500 tilskuere blev udsolgt på mindre end ti minutter. Mens corona-pausen bl.a. er blevet fyldt effektivt ud med endnu en populær collab: Singlen "Bad Boy" med K-Pop-stjernen Chunga. I det hele taget har de forskellige collab's med lokale stjerner samt Christophers eget engagement ved at synge på de lokale tungemål flere gange undervejs bare lagt yderligere til regionens interesse for danskeren.

"Christopher ér en kæmpestjerne i Sydkorea. Kæmpestjerne. Ja, jeg ved ikke om Danmark

From mx.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

har forstået, *hvor* stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?” Spørger Tomas Jernberg konkluderende om de asiatiske fremstød.



Tapei Lufthavn

Kravet er hårdt arbejde - i hvert enkelt land

Men der skal arbejdes for at få overblik på de asiatiske markeder.

Der er f.eks. ingen samlende nationale hitlister: i Kina er der tre vigtige platforme ud over den allerstørste QQ Music - Jan-Erik Stig følger med i de tal via opgørelserne fra Warner China. Det er igennem dem, at han har kunnet følge Christopher runde de 1,2 mia. streams alene i Kina.

I Sydkorea er der fem meget relevante musiktjenester. Vel at mærke tjenester, som hver

From mx.d.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

især helst skal betjenes med selvstændig og personlig content - hvorfor Christopher er vant til at have arbejdsdage på 14-16 timer, når han er på promotionture under de asiatiske himmelstrøg. Hvert land sin indsats. Det kan godt være at Jan-Erik Stig og Warner overordnet har folk, der har "Southeast Asia og Greater China" som arbejdsområde - og derfor kender andre branchefolk i regionen. Men hvert land skal opbygges fra bunden - lige fra musiksalg og promotion til koncerter. Hvert land skal mærke, at man interesserer sig for dem, og at man vil investere noget af sig selv.

"Men så meget anderledes er det asiatiske marked altså heller ikke," siger Tomas Jernberg og fortsætter:

"Vær effektiv, få mødt de rigtige lokale folk, sæt et godt team sammen, og tilsæt hårdt arbejde. Connect. Brug masser af tid på at lære markedet at kende. Skaf dig en mentor, lav din research, og vær åben over for den måde, man laver tingene på lokalt. Brug medierne og SoMe-kanalerne til at skabe interesse for, dialog med og kendskab til din artists personlighed - og ikke kun musikken."

"Gennem årene har jeg lært, at man er nødt til at adaptere til det lokale marked i hvert eneste land i verden. At arbejde i Asien er dybest set ikke vanskeligere - når bare man gør sit arbejde. Med tiden er vi virkelig blevet well connected i området, både når det gælder labels, lydproduktion, promotion m.v. Altsammen opnået gennem års arbejde - i vores firmas historie har vi også arbejdet med andre store succeser i regionen, som Roxette. Det, som kræves, er hårdt arbejde og commitment - også fra artisten. Det er ikke nok med enkelt besøg og så tro, du bliver stor. Hvert marked skal bearbejdes hårdt - og så igen," siger Tomas Jernberg.

Hvis nogen så tænker, at den arbejdsindsats alene på det asiatiske marked virker meget stor og arbejdstung, så opstiller Jernberg følgende sammenligning:

"Jeg vil ikke sige, at det er let at plukke frugterne i Asien. Men hvis du har lavet et USA-fokus tidligere, så prøv at sammenligne: At tage til USA og prøve sig frem for alvor - dét koster 12 måneder på landevejen for at opbygge historien og artisten - for bare en enkelt sang. Jeg tror der er mange, som nu tænker: Enten lægger jeg alle frugterne i den kurv - altså USA. Eller jeg kan bruge de samme kræfter på Europa og Asien. Og så arbejde mig frem land for land i Asien på samme måde, som man arbejder sig frem stat for stat i USA. Jeg tror markedsmulighederne i Asien åbner øjnene for at masse artister, som også gerne vil forfølge deres chance dér."

From mx.d.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?



Indonesien

Konkurrencen er virkelig blevet skærpet

Danmark har i flere omgange haft succeser i Asien siden 80'erne - lige fra Anne Dorte Michelsen, Me & My, Dizzy Mizz Lizzy i Japan til Michael Learns To Rock i mange af de asiatiske lande inkl. Kina.

Efter J-Poppen skar dybe sår i det internationale salg i Japan i starten af 00'erne, virker det som om billedet er begyndt at vende igen - ikke kun for de altid effektive svenskere. Et andet dansk navn, Maximillian høster også millioner af streams nu - og har bl.a. toppet

From mx.d.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

hitlisterne i Filippinerne.

“Der er rigtigt mange gode kræfter inden for de skandinaviske lande, som holder øje med de asiatiske territorier,” siger Jan-Erik Stig, og fortsætter: “Og der er flere selskaber, som fejlagtigt blev set lidt ned på i branchesammenhænge for fire år siden, fordi de fokuserede på K-Pop, som nu bliver misundt for det arbejde. Det er internationale kæmpestjerner, som i dag laver samarbejder med K-Popstjerner, fordi de er blevet en del af det globale marked.”

Så hvor Christopher og hans bagland har været langt fremme i skoene, når det gælder collabs med de asiatiske stjerne og meget andet, så kommer den store flok nu. Og mens Warner China tidligere har haft rigtig mange kræfter og har brugt endog meget fokus på Christophers udgivelser, så kommer de store Warner-stjerner som Anne Marie, Dua Lipa og Charlie Puth allesammen til Kina nu og skal have del i opmærksomheden. “Nu skal vi også konkurrere om Warner Chinas tid”, som Jan-Erik Stig siger..

Eksponentiel stigning når Christopher selv er i regionen

“Da vi kom tilbage i 2014, var vi nogle af de få, der fokuserede på Kina. Men nu gør alle det, fordi Kina er et emerging market. Så vinduet bliver mindre, og der bliver hård kamp om eksponeringspladserne. Da vi udgav Christophers seneste single “Fall So Hard” endte den som “highest entry of the week” - på en 10.plads hos QQ Music. Og det er enormt flot med den konkurrence der er i dag,” påpeger Jan-Erik Stig, og siger at den øgede konkurrence ikke bare gælder Kina men hele Asien.

“Christopher er stadig et rigtigt godt navn i Kina og sælger koncerter ud med 1500-2000 tilskuere til hvert show. Og det, håber og tror vi, kan vokse. Men med den konkurrence, der er og kommer, skal vi udnytte vores forbindelser og erfaring til at blive “best in class”, når det gælder om at servicere vores kinesiske partnere med content. Og så få Christopher til Kina og Asien så meget som muligt - for vi kan mærke, at interessen for ham stiger markant, når han selv er til stede i landene.”

Ville Jan-Erik Stig have gjort noget anderledes, hvis han kunne?

“I starten skulle vi helt klart lære at kommunikere med kineserne. Alle på vores kontor har haft en læringsprocess, i forhold til hvordan vi gør det bedst. Hvad der er vigtig for dem. Hvor hurtigt der skal svares. Hvor vigtigt det er, at vi får ting clearet med Christopher hurtigt. Det har været en stor logistisk opgave.”

From mx.d.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

“Hvis vi skulle have gjort noget helt anderledes, tror jeg bare vi skulle have været endnu mere i Asien. En gang i kvartalet. Måske aflyse danske shows af samme grund. Men det var jo også svært, for det gik jo også rigtig godt herhjemme på det tidspunkt, og man skal også passe sit hjemmemarked. Men med det hul vi havde dengang, kunne vi måske have gænet endnu flere territorier... Men det må vi så gå efter nu,” forkarer Jan-Erik Stig.



Warna Asia Team

Ambition: Superstar stadion-niveau i Kina - og kæmpekoncertnavn i hele regionen

Tomas Jernberg kan næsten ikke vente på, at det skal blive november, så Asien-turen kan starte:

“I Kina har Christopher været på tre fulde turneer i eget navn indtil nu - bl.a. koncerter med

From mxd.dk: Har Danmark forstået, hvor stor en international stjerne Christopher i virkeligheden er?

3000 tilskuere i Beiling og Day Dream Festival i Shanghai foran 10.000. Havde det ikke være på grund af corona, havde han været på fem turneer. Den turné han starter til november, er blevet udskudt tre gange. Men det bliver hans hidtil største, fortæller Jernberg om turen, der har fået fastlagt 10 koncerter i kinesiske millionbyer, mens resten af turen til Sydkorea og et par andre bygges op omkring det.”

Jamen, hvad er ambition for Christopher nu?

“Det er at få ham til at vokse i Kina til absolut superstar stadion-niveau, og at gøre ham lige så stor i resten af regionen, som han er nu i Sydkorea, hvor hans sang “Bad” er blevet en evergreen efter 1 ½ år på Top 40-listen. Vi stiler efter at kunne turnere koncertsteder i *hele* regionen med en kapacitet på 10.000,” slutter Tomas Jernberg.

Og så har vi slet ikke talt om planerne med Christopher i Norden, Tyskland og det øvrige Europa - men det er en helt anden historie...

Christopher has been supported by MXD