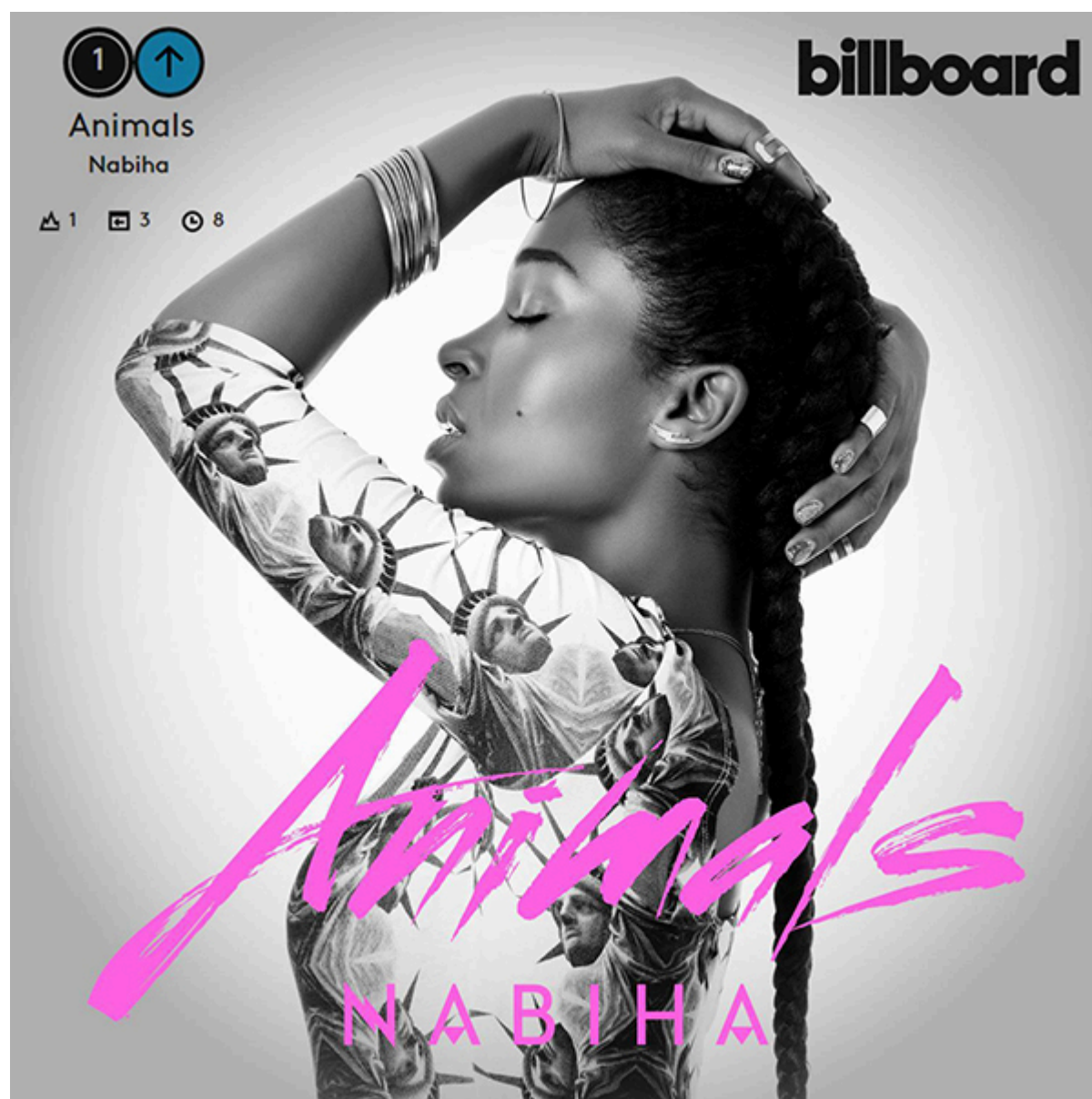


From mxd.dk: Nabiha - Vejen frem til Førstepladsen



Med "Animals" har Nabiha både ramt toppen af hitlisterne i både USA og UK

**Karrierei**

**ndblik: Nabiha**

**Den danske sanger har i flere omgange løbet stormløb på de internationale charts med flere nummer 1-placeringer. Helt aktuelt i både England og USA med "Animals". Nabiha er i stadig bevægelse mod nye mål, og MXD har taget en snak**

## med sangerens bagland om det hidtidige forløb - og hvad der er i udsigt.

Konkurrencen i pop-branchen er hård. Poppen er i kontant bevægelse. Vil hele tiden have nye lyde og udtryk. Og navne. Der er tusindvis, der bejder til den pop-trone kun ganske få når at komme op på - resten bliver spyttet ud til fordel for nye håbefulde.

Det er dét game Nabiha og hendes bagland bevidst har indladt sig på gennem de senere år. Og mens kun tåber tør spå om dén verden, er feelingen hos både pladeselskabet disco:wax og Pitt Buhl-management at Nabiha ér godt på vej. Ja, at hun faktisk allerede er i gang med noget stort.

Eksempler:

- I England har Nabiha med "Animals" aktuelle success nu haft fire 1. pladser i træk på den engelske Urban Chart-liste og syv top 5-placeringer på de engelske Pop og Club Charts.
- I USA fik Nabiha i foråret aftale med det store amerikanske pladeselskab ADA (Arctic Monkeys, Macklemore etc.). I slut-oktober spillede Nabiha en håndfuld koncerter ved den prestigefyldte branchefestival CMJ I New York. Og I denne uge erobrede "Animals" så 1. pladsen på Billboards Dance Chart og nærmer sig top 20 på det store Dance Airplay Chart.
- I Japan fik Nabiha sidste år kontrakt med det japanske pladeselskab Manhattan Records. □- Og så topper Nabiha med mellemrum også hitlister i Polen, Ungarn, Italien og Bulgarien - ud over det nordiske marked...

## 24/7-opgave

I det hele taget har det udviklet sig til en 24/7-opgave at arbejde med Nabiha:

From mx.d.dk: Nabiha - Vejen frem til Førstepladsen



Manager Mette Buhl - trækker i trådene fra sit London-kontor hos Pitt Buhl Ltd.

Dels for Mette Buhl, som har været manager for sangeren siden 2006, da Nabiha Bensouda fra Vesterbro stadig kaldte sig Tiger Lily - og hvor Buhl og hendes London-baserede Pitt Buhl Management hurtigt fik hende ind i profilerende samarbejder som featured artist med bl.a. Ben Macklin ("Feel Together") og Sucker DJ's ("Firework"). Sange som fik placeringer i toppen af club charts i både Europa og US samt airplay på bl.a. Radio 1 i UK.

Dels for commercial director Janus Barnewitz hos disco:wax, der blev ansat i 2010 som development manager hos det gazelle-eksperderende og succesfulde pladeselskab efter han med eget firma havde arbejdet bl.a. Bombay Rockers op til succes i især Indien/Asien og Natasha Thomas i Tyskland. En af hans første opgaver dengang var faktisk at tage hånd om en Nabihas "More Cracks", udsendt i 2011.

Det er de to og deres medarbejdere, som konstant vedligeholder og afsøger nye muligheder for Nabiha. De holder lange daglige interne telefonmøder. De holder de store internationale aftalepartnere som ADA og Manhattan Records m.m. til ilden omkring strategier og nyudvikling. De tager imod tilbud fra og forhandler med eventuelt kommende partnere - eller med firmaer interesseret i sync-aftaler m.v.

Samtidig med at der konstant skal pushes internationale dj's, radiopluggers m.v. for at få

From mx.d.dk: Nabiha - Vejen frem til Førstepladsen

Nabihas sange spillet på hotte klubber og på de "rigtige" hitlister (og så har vi slet ikke nævnt Sarah Sølvsteen fra Skandinavian, som gennem det seneste år har været sat til at udvikle Nabihas stadig ekspanderende live-side...).

Et stort maskineri altså. Og så skal der nærmest ufatteligt endnu meget mere til, hvis det for alvor lykkes at breake Nabiha internationalt. Men mere om det senere.

## Opbygningen - og pop-valget

Fra starten af Mette Buhls management af Nabiha så hun ofte sangeren optræde med de tracks, som Buhl med tiden fik placeret:

- Hun var fantastisk til og glad for at optræde med de tracks - jeg så hende jo gøre det verden over. Og gøre det rigtigt godt. Nabiha er en "stjerne", og derfor rådede jeg hende også til at gå videre og lave sit helt eget projekt, siger Mette Buhl, som har sin erfaring fra Nicklas Anker (Aqua) og hans firma Fabulous Five. (I sit eget firma, Pitt Buhl Ltd. har Buhl netop arbejdet med placering af sange, remixes, produktioner m.m. for navne som David Guetta, Cher, The Saturdays, Dirty Vegas, Kylie, James Blunt, Arman Van Helden, Benny Benassi, Bella Thorne m.fl.)

- Vi snakkede frem og tilbage om "hvordan", og så sagde Nabiha, at hvis det skulle være, så skulle det være pop. Så enkelt var det. Og så gik vi i gang. Som artist er hun helt klar over, hvor hun vil hen - og sådan har hun været hele tiden. Det er dejligt at arbejde med en kunstner, der er så bevidst, siger Mette Buhl, der fortæller at navneskiftet fra Tiger Lily til Nabiha kom, fordi man ville undgå fremtidige kontroverser med en gruppe af samme navn. Hellere det end at blive tvunget senere, hvor et forvirrende navneskifte ville være mere karriere-skadeligt midt i popularitets-boom.

Det var også Mette Buhl, der fik sat Nabiha sammen med den svenske sangskriver og producer Carl Rydén omkring debut-albummet "Cracks", udsendt i 2010 på Border Breakers (De to arbejder stadig sammen på producer- og sangskriver-plan).



Janus Barnewitz om Nabihas stilskifte: - Måske var der gået lidt for meget "vores allesammens Nabiha med mikrofonhår og pæn kjole" i det hele.

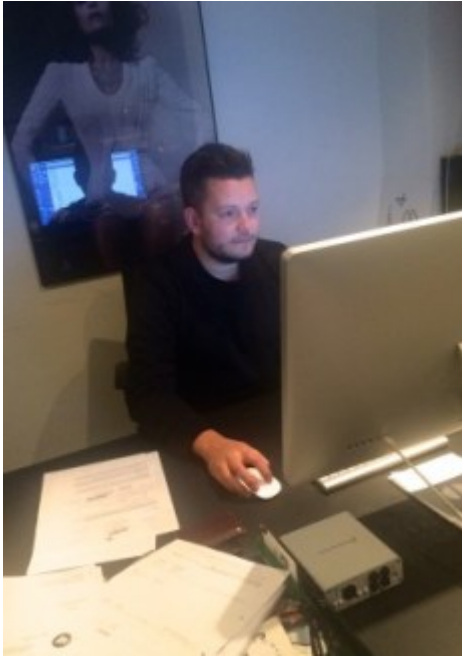
## Til disco:wax

For at skabe endnu mere opmærksomhed omkring musikken kom disco:wax - med det store nordiske ry inden for club- og dance-miljøet - ind i billedet. En af Janus Barnewitz' første opgaver som ansat blev at udsende "More Cracks" for københavnerselskabet i efteråret 2011 - en repacket/opdateret version af "Cracks" til de internationale markeder. Det var den slags arbejde disco:wax var mest kendt for dengang fremfor at følge, pleje og udvikle artister. Sådan er det ikke i dag som tilfældet Nabiha viser...

Året efter begyndte Nabihas musik at røre på sig internationalt. Singlen "Never Played The Bass" blev licenseret til tre østeuropæiske lande, Benelux- og GAS-landene, Sydafrika, Grækenland, Italien, Rusland etc., og efter udgivelsen af albummet "Mind The Gap" i marts 2013, fik både album og titelnummeret også licensaftaler i flere af ovennævnte områder.

## Sexiness-fasen

Men den væsentlige udvikling skete i England:



Janus Barnewitz fra disco:wax – samordner Nabiha-tiltagene i tæt samarbejde med Mette Buhl.

- UK har været meget vigtigt for os i sexiness-fasen, forklarer Janus Barnewitz på sit kontor hos disco:wax i det indre København, da vi besøger ham for at høre om hvordan Nabihas karriere er blevet opbygget gennem de senere år.

- Sexiness-fasen er der, hvor vi bygger Nabihas brand op og arbejder på at få folk "til at løbe ind i hende", høre om hende, støde på hendes navn i blogs - hele tiden, siger Janus Barnewitz og understreger at Mette Buhls indsats i det engelske er en kæmpe-motor i det arbejde:

- Det startede for alvor med "Never Played The Bass". Vi havde og har stadig ikke pladekontrakt for Nabiha i England. Men i juni 2013 besluttede vi at investere i urban-, pop- og clubpromotion og specialist-radioplugging på sangen: Det sker ved at vi laver en single-pakke inkl. remixes af sangen, som et promo-firma så distribuerer til de rigtige dj's og specialist-radio shows rundt omkring i UK. UK er nemlig kendetegnet ved rigtig mange specialist-radio shows og -dj's. Undervejs indsamler firmaet rapporter om udviklingen og prøver at få presset musikken op af dj-Cool Cuts, Urban-, og pop-chartene, siger han.

- Der er rigtigt mange extra "plays" i de remixes, der laves - de kommer langt bredere ud, end hvis man kun har et enkelt radio-edit i sin single-pakke, forklarer Janus. Men understreger samtidig, at det altså ikke er en position man "bare kan købe sig til": - For hvis dj'sene ikke kan lide musikken, de får tilsendt, spiller de den bare ikke... så enkelt er det.

Men det kunne de i Nabihas tilfælde. I juli 2013 endte "Never Played The Bass" som nummer 1 på Music Weeks officielle Urban Dance Chart - det samme gjorde "Mind The Gap" i december og "Bang that drum" i år efter samme slags remix- og radio-pluggin-kampagne. Og nu altså "Animals".

- Og når en artist hitter - og gør det flere gange - så kommer man altså op på siden af andre og større navne omtalemæssigt. Og det betyder igen, at der bliver lagt mere mærke til en, forklarer Janus Barnewitz.

## En første culmination

1. pladserne var en første vigtig kulmination både for Nabiha selv og for hendes bagland: Janus Barnewitz er ikke i tvivl om, at al buzz'en i England var en af grundene til at japanske Manhattan Records i januar i år slog til og udsendte et hybrid-album mest bestående af "Mind The Gap"-materiale måneden efter.

Han er også sikker på, at samme buzz var endnu en vigtigt brik, da den amerikanske aftale med ADA (under Warner) skulle lukkes.

Inden da havde ADA i rum tid vist interesse for Nabiha, bl.a. på grund af en anden vellykket investering fra Nabihas bagland: Via Mette Buhl havde VH1/MTV kastet sin kærlighed på Nabiha - et samarbejde der siden er blevet udviklet og bl.a. har resulteret i adskillige syncs (i 2013 var var det totalt set kun Macklemore, som opnåede flere syncs på VH1 end Nabiha), i playlist-placeringer og ikke mindst blev Nabiha præsenteret for det amerikanske publikum sammen med andre nye navne i et Pizzahut/VH1-fremstød, som meget passende kaldes "Discover Great Talent".

Så da singlen "Bang That Drum" - lavet som den officielle sang i forbindelse med håndbold-EM for herrer - som tredje perle på en snor endte som #1 på de engelske urban charts (og top 5 på de bredere club- og pop-charts), kom ADA-aftalen endeligt i hus.

- I det hele taget er det er den slags der sker, når der opstår traction - når et navn dukker



op i blogs, i medier, på film og andre steder. Igen og igen. Så skal du ud at se det - holde øje med det. Det gælder alle pladeselskabsfolk. Og andre i branchen. Du vil ikke gå glip af noget. Og det har vi også oplevet her, siger Janus Bernewitz og kan understrege sine ord med at der i år er indgået licensaftaler omkring "Bang That Drum" i ni lande, mens disco:wax selv har udgivet singlen i resten af verden via Sony Music med tilhørende kampagne.

## Musikalsk og visuel kursændring

Den sang - og den nyeste "Animals", som er udgivet som koordineret release i Skandinavien, USA, Japan, Italien og flere østeuropæiske lande - præsenterer i øvrigt Nabiha i en mere hård og elektronisk stil end hendes andre store radiohits herhjemme, "Mind The Gap" m.m. Også visuelt, hvor Nabiha nu præsenteres mere streetwise i påklædning og med lange fletninger. Er det også et valg, der tales om mellem Nabiha og hendes bagland?

- Det gør der, men det er vigtigt at sige, at det er en naturlig udvikling fra Nabiha selv, siger Janus Barnewitz. - Måske var der gået lidt for meget "vores allesammens Nabiha med mikrofonhår og pæn kjole" i det hele. Det her er ikke en påduttet stil - det er Nabiha i udvikling. Nabiha har mange facetter, som hendes musik altid har afpejlet. Og hun er også en festpige, der kan lide at fyre den af, siger Janus, og mener i øvrigt også at Nabihans nordiske islæt er med til at skille hende ud fra alle de engelske og amerikanske genre-fæller.

Mette Buhl supplerer fra London: - For mig hænger hendes udvikling altså sammen som et puslespil. Da jeg startede med Nabiha var hendes musik også meget elektronisk og dansabel, så den interesse er ikke ny og fremmed for hende. Jo, der er sket et spring fra "Mind The Gap" til nu. Lyden er blevet hårdere. Men man bliver jo inspireret når man rejser rundt i verden og oplever nye ting.

- Og husk på at Nabiha er vokset op med rigtig mange genrer. Hun er dygtig til at udvikle sig, og så er pop også en farlig stil at gå i stå med - så det er beundringseværdigt at Nabiha er så god til at holde udviklingen i gang.. Det kommer fra hende selv og er et kæmpe-talent at kunne. Vi taler ikke om det, før musikken er lavet. Der er frit spil for kreativiteten. Udfordringen som kunstner er at lave det, man føler for - og at tænke kreativt i sin udvikling, siger Mette Buhl og fortsætter:





- Udseendemæssigt er der ikke noget med, at hun ikke må have en speciel hairstyle: så har hun en knold i nakken - så har hun fletninger. Det blander vi os ikke i. Det eneste jeg siger er, at det skal hænge sammen visuelt. At publikum skal møde hende, de ser på coveret af det seneste udspil.

Uanset hvad taler tallene deres tørre sprog; - "Bang That Drum" og "Animals" er måske ikke lige så store radiohit som "Mind The Gap" - til gengæld sælger de bedre: - De har langt større traction. Og vi har aldrig haft så store streamingtal som med "Bang That Drum", siger Janus.

## **Realismen kom med tiden**

Selv om meget allerede er lykkedes i den møjsommelige opbygning af Nabihas karriere - hun har også faste co-writer-teams både i USA og England, som hun rejser ud til - er der også ting hendes bagland har lært af. Janus Barnewitz fortæller:

- Du skal passe på dit fokus og holde momentum kørende- det kan ikke nytte, at du tænker "vi kan også lige prøve her og her", hvis du så forsømmer dine primær-opgaver, lyder Barnewitz' erfaringer og råd til andre med pop-ambitioner. Så lige nu koncentrerer Nabiha og hendes bagland sig om UK, US, Japan, Norden og Østeuropa. Selv om det selvfølgelig

kan brede sig, hvis der opstår stærk traction i andre områder.

## **Klar til næste opstigning**

Til gengæld trives drømmen om det helt store internationale gennembrud også inden for det felt:

- Vi er på en god base nu, klar til næste opstigning. Med den buzz, der er omkring Nabiha, er min fornemmelse, at vi får landet en god engelsk aftale I 2015. Eller måske endda med et internationalt majorselskab, siger Janus Barnewitz.

- Vi har allerede haft mange tilbud i det engelske fra store og små selskaber, men ikke det rigtige. Indtil vi får det, arbejder vi med at holde sexiness-feelingen, som vi hele tiden har gjort. For det vækker international interesse, at vi igen og igen formår at skabe buzz og hitliste-placeringer i England uden et engelsk pladeselskab i ryggen. Det fortæller, at der er en stærk muskel, der arbejder bag Nabiha - og det bygger hendes artistprofil op, siger han.

## **Andre skal løfte den helt store opgave**

At der så skal et stort selskab til, for at skabe det helt store internationale spring, er hverken Mette Buhl eller Janus Barnewitz i tvivl om.

- Vi kan mærke projektet udvikler sig. Normalt kan det tage op til et år at få en sang til at slå igennem i USA - i England typisk 2-3 måneder. Og først efter en lang proces med hårdt arbejde. Men begge steder er "Animals" altså vokset hurtigt og det går fremad på de større lister også, siger Mette Buhl.

Så resultaterne bliver større og større og kommer hurtigere og hurtigere - og henvendelserne bliver mere og mere seriøse. På sigt kan vi ikke løfte opgaven selv, med den udvikling vi oplever. Der bliver flere og flere ting, vi er nødt til at lægge ud til andre, selv om man gerne vil have kontrol over det hele selv, siger Mette Buhl og Janus Barnewitz supplerer:

## **Noget af det største vi har set I Danmark**

- Popwise er dette noget af det største vi har set i Danmark. Men vi sidder i et lille land i et lille marked - vi har brug for et større team med stærk erfaring i pop til at hjælpe os med at løfte Nabiha til at blive en international stjerne. Folk med muskler, der kan give det sidste

skub, der skal til.

- Men: Vi hælder ikke bare det hele ud, efter alt det arbejde, vi har lagt i det. Nej, det handler om, at vi skal mærke, at der står et committed hold bag, som vil arbejde med musikken og med Nabiha. Lige som med ADA i USA, hvor det er holdet bag rapperen Macklemores succes, som nu arbejder med hande. Vi vil vide hvem - og hvad de har tænkt sig, siger han.

Mette Buhl opsummerer: - Du får ikke mange chancer i popverdenen. Så vi vil ikke lade os nøje med en aftale om en single-udgivelse og et par options uden commitment, som måske ellers er det typiske. Så vil vi hellere køre videre selv, og blive ved med at bygge Nabiha op. For vi har et godt hold. Teamwork er dreamwork, siger hun og fortæller at næste skridt er et nyt album - med planlagt samlet release på alle Nabihas "territorier" i det nye år.