

From mx.d.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki



Mik Christensen var første gang på japansk jord i 2016 - men har afsat musik til japanerne siden 1980'erne

**Japan er verdens næststørste musikmarked - men ikke nødvendigvis særligt nemt at bryde igennem til for andre lande. Mik Christensen er en af dem det er lykkedes for, og her giver han erfaringer, tips og gode råd videre.**

Mik Christensen fra Mermaid Records er en af de danskere, der kender mest til den japanske scene med over 30 års erfaring og personlige bekendtskaber at trække på.

Lige nu er han manden, der hiver i trådene herhjemme for rockgruppen H.E.R.O., som har været et af dette års helt store internationale hits i Solens Rige. Han har også været inde over Dizzy Mizz Lizzys og senere Tim Christensens Japan-succes gennem årene - for ikke at tale om Me & My's "Dub-I-Dub"-millionsalg tilbage i 90'erne. Og for over 30 år siden var han også tovholder ved den allerførste markante danske Japan-succes, da Anne Dorte Michelsen blev stjerne med sine melankolske afdæmpede sange på dansk - helt ude i det asiatiske ø-rige.

From mx.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

Det er de japanske erfaringer opnået gennem alle de år - som ledende figur i henholdsvis Medley Records, EMI, Copenhagen Records og nu Mermaid Records - som han deler ud af i dette interview, hvor begreber som respekt, hierarki, høflighed, punktlighed, grundighed, venskab, æstetik, og masser af tålmodighed er kodeord, man er nødt til at indregne i den japanske ligning, før den bare har en chance for at gå op. For det japanske marked er notorisk svært at trænge igennem til.

For at få bare en smule bedre forståelse for dette asiatiske kæmpemarked har vi bedt Mik Christensen gå lidt i dybden med nogle af de vigtigste kendetegn.

### **Tålmodighed**

- Det handler enormt meget om respekt, det handler enormt meget om tålmodighed, og det handler enormt meget om at lære hinanden at kende. For det er og bliver en anden kultur, og der er nogle andre måder at gøre tingene på, end vi danskere er vant til, fortæller Mik Christensen en monsunvåd sensommerdag i Mermaid Records HQ på Nørrebro.

- Det kræver en stor grad af tålmodighed, for japanere er et meget tålmodigt og meget høfligt folkefærd. Helt vildt! Det er eksempelvis meget vigtigt, at man lærer hinanden at kende *inden* man laver forretning. Faktisk er det decideret uhøfligt at begynde at tale forretning for tidligt.

Du skal tale om noget andet. Om livet løst og fast. Om politik - og ud at spise og lære hinanden at kende. Også gerne fester lidt sammen. Dét falder i god jord. For så kender vi ligesom hinanden. Man skal simpelthen klikke sammen. Og så først *derefter* kan vi begynde at tale forretning...

### **Hastværk dur ikke**

- Japanerne bryder sig heller ikke om, at det går for stærkt. Herhjemme er vores billede nok, at japanerne arbejder evig og altid. Men det må ikke gå for stærkt. Det ligger simpelthen dybt i deres personlighed og kultur. Hvis ting går for stærkt, bliver det ikke bygget ordentligt op, og så er det sjusk. Og sjusk bliver ikke til noget. Det er en meget præcis beskrivelse af, hvordan det er...

### **Top-æstetiske**

- Indhold betyder rigtigt meget, men det gør indpakningen altså også. De går op i lækkert

From mxd.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

design og lækre billeder. Det ligger meget dybt i den japanske kultur at forfine noget: At blive ved med at lave noget og så blive sindssygt dygtig til det. Du kan komme ind på et the-hus derovre, hvor der på 30. år går en rundt og stadig søger det optimale *blend*. Det gælder også inden for deres madlavning - sushi, og alt det der: Perfektionen og stoltheden i deres håndværk er mærkbar.

- Inden for musikkens verden er det også derfor, at et internationalt album ikke bare bliver udsendt i Japan, som det er. Det bliver re-pakketeret, teksterne oversat til japansk - og tit og ofte er der også bonus tracks *especially made for the Japanese market* og andre udvidelser af alle mulige karakterer (som beskrevet i artiklerne om Anne Dorte Michelsen og H.E.R.O.).

### **Høflighed - og ingen negativ kritik**

- Høfligheden er stor og udtalt på alle planer: Hvis nogen beder en om at komme, så kommer man. Ubetinget. Og den høflighed udvikler sig også til noget spøjst ind imellem. Jeg tror aldrig nogensinde, jeg har set en negativ anmeldelse af et af vores navne i Japan. Fordi det er decideret uhøfligt at kritisere negativt. Så enten kommer der noget positivt, eller også kommer der ikke noget. Og det er lidt specielt, siger Mik Christensen.

### **Punktlighed**

Japanere er lige som tyskere: En deadline er en deadline. Hold den - ellers bliver der ballade. Og hold dine aftaler. Du kommer ikke for sent til noget - middagsaftaler eller lignende. Det er totalt no-go.

### **Stolthed**

Jeg har en anekdote uden for musikkens verden, som beskriver det meget godt: Et europæisk firma skulle have lavet et antal skruer i Japan - og fik indføjet i kontrakten at der max måtte være fejl i én procent af leverancen. I starten ville japanerne ikke underskrive kontrakten - og de vendte og vred sig, før de alligevel gjorde det. Da de så sendte skruerne, var der en stor pakke med selve bestillingen - og så en lille æske ved siden af. Beskeden lød: "Her er så Deres bestilling - og så en æske med de skruer, vi har måttet ødelægge...". En japaner laver jo ikke fejl...

From mxd.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki



Cecilie Norby er en af de danske artister, der har fået en stærk modtagelse i Japan

### **Musikken: Det skal stritte, være unikt - eller være rock**

Når det kommer til selve musikken har årene lært Mik Christensen, at japanerne har en særlig smag. Det er specielle ting, de falder for: Det skal stritte, eller have sin helt egen karakter - eller det skal være rock, som japanerne bare har en særlig svaghed for.

Når Anne Dorte Michelsen fik succes ([se artikel her](#)), er Mik Christensen sikker på, at det skyldtes sangerens melankolske, nære stil fra starten af solo-karrieren:

- Det var dén japanerne faldt for. Det var den, der gjorde hende unik i deres øren. Og da



From mx.d.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

hun begyndte at ændre den, og blev lidt mere mainstream rent musikalsk, så faldt interessen. Vi havde også fin succes med Cecilie Norby i den periode - hun var mere jazzet og altså heller ikke mainstream.

- Men derudover arbejdede vi på at få Hanne Boel lanceret - og vi fik også lavet kontrakt med selskabet JVC. Igen lavede japanerne et kæmpe forberedende arbejde - det gør de altid i det land. Men hvor Anne Dortes musik havde sin egen stil, så fortolkede Hanne Boel jo på mange måder en amerikansk genre. Så hvor gode sangene og stemmen end var, så blev det bare noget andet - det var ikke unikt. Og japanerne søger noget unikt. Det midt i mellem er ikke interessant.



From mxd.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

Me & My's specielle sygeplejerske-outfit og "Dub-i-dub" er den største danske salgssucces i Japan

### **Udklædning gav pote**

- I dag ved jeg udmærket, at hvis jeg besøger dem med en eller anden sangersongwriter, så siger de: "Hva' fa'en var det". Eller et eller andet pop-agtigt - så svarer de: "Det har vi 40.000 bands, der laver". Nej, det skal stritte og have et særegent udtryk. Eller også skal det være så meget mainstream, så det kan konkurrere med deres egne allerstørste egne navne i genren:

- Me & My solgte jo 1,6 mio. albums i Japan. Men det ramte også en feeling i japanernes egen pop. Og det kan de godt lide. Japanerne kan godt lide at skeje lidt ud. For normalt er de jo så ordentlige, ikke? Men Me & My blev jo lanceret i sygepleje-uniformer. Det der med at med at klæde sig ud - det er jo gennemført. Den slags går de meget op i - for ellers skal det være så stramt derovre, ikke?

- Der er nogle særlige steder, hvor man kan skeje ud. Og nogle gader, hvor man går specielt udklædt. Der er f.eks. en park, hvor folk mødes hver søndag og danser rockabilly - med de rigtige støvler, de rigtige jeans, pomade i håret og det hele. Der mødes 25-30 par og danser det til perfektion. Og så kan du gå hen i en anden park, hvor der står nogen og gør sig specielt umage med noget andet. Den slags er der en del af, fortæller Mik Christensen.

### **Rocken og Japan**

Rockkulturen og Japan hører bare sammen. Det har det gjort det siden 70'erne, og efter Mik Christesens mening er dét kærlighedsforhold, H.E.R.O. nyder godt af i dag:

- Det er ikke bare musikken. Det er også feelingen. Det er noget med som fan at kunne slå sig løs til koncerterne. Japanerne er berømmet for at kunne arbejde sindssygt meget, og når du går til koncert i Japan, så er det ofte kl. 18. Her kan du opleve, at der kommer en masse jakkesæt ind på en rockklub. Så hænger de deres business-tøj ind i et af de store skabe, du kan leje på rockklubben, og krænger en t-shirt med deres favoritband over hovedet, går til koncert et par timer, får nogle øl og skejer ud. Bagefter går de op og skifter tøj og får autografer. Og så går de tilbage på arbejde igen. Det giver dem lige et par timers friløb. Jo, det er meget ordentligt...

From mxd.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

- Rock er en genre, som japanerne lytter til på en anden måde. Ofte er der et koncept over et rockalbum, hvor du lytter til flere af sangene over en periode, hvor imod tidens musik og toner har et meget eksplosivt og hurtigt forbrug, der kan sælge fra 0 til 100 på få måneder. Med et rockalbum kan du gøre det samme, men over ti år. Det er en hel anden dynamik. Også fordi publikum er ældre...



Radio-dj'en Masa Ito har haft en meget stor finger med i spillet omkring flertallet af de store danske rock-succeser i Japan. Her sammen med det seneste danske band, han har hypet, H.E.R.O

### **Masa Ito - og den danske rock-forbindelse**

Rocken har også sine nøglepersoner i Japan, og en af de allervigtigste hedder Masa Ito, som er musikjournalist, radio-dj - og ikon. Slet og ret. Og så er han en af Mik Christensens gode

From mx.d.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

forbindelser:

Da hårdrockerne i Pretty Maids fik hul igennem til Japan i start-90'erne var Masa Ito med til at bryde dem på det japanske marked. Og da de høflige japanske musikjournalister i den forbindelse bad Pretty Maids om at udpege ny populær dansk musik, gav de Dizzy Mizz Lizzy en 1. håndsbefaling. "Og dét er sådan noget, der betyder enormt meget i Japan", understreger Mik Christensen:

- Hvis man ser nærmere på det hele, så må man sige, at Masa Ito er en meget stor del af succes'en gennem årene. Jeg kan skrive under på, at det var ham der tog lead'en på Dizzy Mizz Lizzy, da det begyndte at eksplodere. Det var ham, der tog kontakt til EMI Danmark, hvor Dizzy var signet, og sagde, at hvis de ville lancere Dizzy i Japan, så ville han bakke op til fulde. Og det gjorde han, skal jeg love for. Det eksploderede. Og han gør det stadig den dag i dag. Både for Tim Christensen solo, men også da Tim holdt Tim-pause og gik tilbage til Dizzy: så skete der en masse aktivitet i Japan igen. Dizzy spiller på kæmpe festivaler derovre nu, og jeg tror deres seneste album har solgt over 10.000 eksemplarer. Det er rigtigt flotte tal på et marked, hvor de fysiske salgstal trods alt også er for nedadgående nu.





From mxd.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

Dizzy Mizz Lizzy - har haft succes i Japan i flere omgange - og de spiller stadig for meget store publikummer i det store asiatiske ørige

- Men Japan er stadig et overvejende fysisk marked, og i nogle af de store forretninger hos kæden Tower Records har han sin egen hylde med "Masa Ito anbefaler"... og i en af dem, Tower Records 7-etagers butik i Shibuya-kvarteret i Tokyo, står der en japansk guldplade med Dizzy, som han har fået af gruppen... Han er sådan en, japanerne har en enorm respekt for, fortæller Mik Christensen om Masa Ito, der også er venner med Tim Christensen på et eller andet plan - begge har store pladesamling og en stor passion for rock, så der tales meget om sjældne plader osv. ...

### **Gamle venskaber betaler sig**

Mik Christensen har været i forbindelse med japanske branchefolk og har bl.a. mødt dem ved internationale musikmesser i årevis. Men det spøjse i denne beretning er, at Mik Christensen af en række forskellige årsager og tilfældigheder aldrig selv havde været i Japan før i november 2016, hvor han deltog i Nordisk Handelsmission i Tokyo (arrangeret af MXD og de øvrige nordiske musikeksport-kontorer). Her havde han H.E.R.O.s musik med under armen til sine japanske kontakter - hvilket promte gav resultat.

Der gik efter sigende et sus igennem de tilstedeværende japanske branchefolk, da Masa Ito entrede speedmeeting-sessionen under handelsmissionen og gik direkte over til Mik Christensen. Dét gav respekt - og en idé om at ham danskeren, måske var en de andre også skulle tale nærmere med...

Men ved det møde spillede Mik Christensen nummeret "Superpowers" for Masa Ito, der siden har været en monumental kraft omkring lanceringen af H.E.R.O. og den efterfølgende signing hos Sony Music. Han har spillet gruppens musik i sine programmer lige siden mødet med Mik Christensen - og igen senere, da han fik gruppens ep tilsendt. Selv om den ikke var udgivet i Japan. Så han har i høj grad været med til at gøde jorden godt og vedholdende for den Sony-aftale, der endelig blev indgået i forbindelse med Nordisk Handelsmission i Tokyo (Hokuo Music Fest) i november 2018, hvor H.E.R.O. spillede live.

From mx.d.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki



From mxd.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

Mik Christensen deltog først i Den Danske Handelsmissions netværksaktiviteter i Japan i 2016 - siden har han været i Japan adskillige gange

- Maso Ito bliver ved med at være der, være steady og have en stor power - han har flere radiostationer og er vist også medejer af flere musikklubber, siger Mik Christensen og understreger at publikum også er meget loyalt: Jeg siger ikke, at publikum ligefrem gør, hvad de får at vide, de skal gøre. Men det er lige før.... :

### **Forbindelsen til Sony**

At H.E.R.O. endte med at få en aftale med Sony, er heller ikke så mærkeligt. Dem har Mik Christensen faktisk kendt til som selskab siden tiden med Anne Dorte Michelsen (signet til CBS Japan, nu Sony Music Japan International). Og selv om flere japanske labels viste interesse efter Masa Itos radio-lancering og -rotation af gruppen, håbede Mik Christensen fortsat på at "holde Sony varme", på grund af kendskabet til nøglepersoner i selskabet som *Yuichi Nakanishi* (vicepræsidenten for A&R/marketing,) *Hiroki "Hiro" Okudaira* (senior manager for A&R/marketing) og Risa Sato (manager for koordination af international marketing) - og ikke mindst den store power de har promotionsmæssigt.

Yuichi Nakanishi har faktisk været et væsentligt og et vigtigt aktiv set med danske briller helt tilbage til dagene omkring Dizzy Mizz Lizzys og Tim Christensens første japanske succes.

Det tog så bare to år at få aftalen i hus omkring H.E.R.O. Til gengæld lykkedes det så også at få Onta Shiron Kawaguchi og Ryuhei Ando fra den stor live-arrangør Creativeman Productions gjort interesseret i mellemtiden. Så de stod klar til at lancere H.E.R.O. live i det sekund aftalen med Sony var i hus.

### **Intet svar = Nej tak**

*Men betyder de mange gode kontakter/venskaber og samarbejder så, at Mik Christensen kun må gå til Sony - ellers vil han brænde sine broer?*

- Loyalitet betyder meget derovre, så man skal ikke flakse. Derfor skal du også hele tiden være meget politisk og ikke love nogen for meget. For der er det med æres-begreber, at hvis du har lovet en japaner noget, så skal du holde det. De har jo en chef højere oppe i

From mx.d.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

systemet. Og jeg vil være ilde stedt, hvis jeg kommer til at sætte en kontakt i forlegenhed i forhold til hans chef. For så kan jeg ikke komme ind igen.

- Jo, de forventer nok at jeg kommer til dem først - og det gør jeg som regel også, for de er en "preferred partner". Så når vi nu har lavet H.E.R.O. med Sony, er det også naturligt at prøve at lave Velvet Volume med dem. Men der er jo perioder, hvor der ikke bliver svaret. Det betyder oftest "nej tak". De har svært ved det ord - jeg tror faktisk ikke det findes i deres ordbog. Derfor siger man ikke noget. Så kan man jo prøve igen, hvis der er nye udviklinger - enten ny musik, eller ny medieinteresse. Men hvis de ikke responderer, så er det tilladt at se sig om.



Mik Christensen har bl.a. prøvet at få Lydmor og Velvet Volume afsat på det japanske marked - men kun gennem et par år, og det er jo ingen tid målt med japanske alen. (Foto: AnnaMarin)

- Men man skal også huske, at Japan tager tid. Sony har fået Lydmor tilbudt før nogen andre. Thomas Bredahl (Lydmors manager, red.) og jeg har i de sidste par år siddet til møder med andre Sony-afdelinger og Sony sublabels. For det er jo ikke rock. Men det er ikke lykkedes endnu at lande en aftale endnu. Det kan godt være, at det lykkes under en Sony-paraply - det kan også være det ikke bliver. Det ved man ikke. Det seneste label i den kategori, har vi kun talt med i et år, så der skal nok gå et stykke tid endnu...



From mxd.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

*Det kunne lyde som om det fortrinsvis er gamle forbindelser og den ældre generation, der styrer den japanske musikverden - hvad skal man gøre som ny i branchen?*

- Det er rigtigt at alder betyder en del. De ældre bliver betragtet sådan lidt som høvdinge. Og en som jeg på 61 år nyder en hvis respekt. Og den kvinde fra JVC, der signede Hanne Boel for 30 år siden, kan jeg stadig møde i dag. Men det ikke alt - og bekendtskaber heller ikke. Der sker stille og roligt udviklinger. Og som sagt forsøger jeg selv stadig at få aftaler omkring Velvet Volume og Lydmor...

*Men hvis man nu ikke hedder Mik Christensen med masser af forbindelser..?*

- Så skal man jo til at rejse. Men man kan ikke bare tage derud, og forvente at de siger "kom bare indenfor". En god start er at have en anbefaling fra nogen. Og ellers gælder det jo, at networking er nøglen til alt. Opsøg japanerne, når de kommer til Europa - få møder med dem på nogen af de store branchefestivaler. Og jeg selv spørger jo også andre danskere, der arbejder med Japan, om hvem de kender, eller hvilke forlag de er i kontakt med - ligesom de spørger mig, hvorefter jeg så introducerer og skriver: "det kunne måske være en fordel for dig at møde den og den..", fortæller Mik Christensen.

### **Markant internationalt fald - men stadig vigtigt**

Hvor andelen af musik med internationale artister i Japan for 20 år siden udgjorde 30% er dette tal i dag faldet til 10%. Markedet er blevet meget nationalt, og det domineres især af den berømte/berygtede J-Pop. En del af pladebranchen, som Mik Christensen i øvrigt kalder hæmningsløs kommerciel i sin udnyttelse af musikfans'ene.

- Men de resterende 10 procent er stadig meget lukrativt at få del i. For det første er markedet som sagt stadig overvejende fysisk - og så er det nok så væsentligt verdens næststørste musikmarked. Så selv niche-produktioner kan være en god forretning. Jeg tror stille og roligt, at det japanske marked har tilpasset sig efter fusionerne. Men hvor Warner, Universal og Sony er de tre dominerende andre steder, er det ikke nødvendigvis sådan i Japan. Der er japanske selskaber, der har kæmpe japanske artister, som brager deruda'.

Hvis der er 100 selskaber i Danmark, der laver musik, så er der 1000 i Japan. Så det er helt vildt. Det er kæmpestort.

—

From mx.d.dk: Punktlighed, høflighed, masser af tålmodighed - og respekt for hierarki

Læs mere: [Anne Dorte og den japanske forbindelse](#)