

From mx.d.dk: Rasmus Damsholt åbner nyt kontor for ATC Management i Danmark



Rasmus Damsholt er per 1. december del af det britiske managementagenturet [ATC Management](#), som dermed åbner deres første kontor udenfor UK og US i Danmark, når Rasmus Damsholt fremover vil drive ATCs skandinaviske kontor.

Foruden kontoret i København, har ATC kontorer i London, New York og Los Angeles, og agenturet har bl.a. Nick Cave, Faithless, Katie Melua og PJ Harvey som klienter.

Rasmus Damsholt tager både sine bands (Sekuoia, Chinah, Jada, Lowly samt Schultz & Forever) med ind i ATC Management. Vi tog en snak med Rasmus for at høre nærmere om samarbejdet.

Kan du give et kort oprids af, hvordan din fremtidige situation bliver?

Jeg fortsætter som artist manager og tager mine assistenter og artister med ind i ATC, så den daglige gang på kontoret bliver nogenlunde den samme som før.

Forskellen er, at vi indgår nu i ATC's brand og netværk og derfor får alle de muligheder, der følger med det. Jeg håber især, at det vil komme mine nuværende og kommende artister til gavn i en international sammenhæng. Derudover vil vores kontor komme til håndtere forskellige opgaver for de internationale artister i Norden.

Hvorfor har du valgt at blive en del af ATC?

ATC's idealistiske og tålmodige tilgang til management tiltaler mig især. Hvis du kigger på deres roster, så synes jeg, at man ser et meget stærkt udsnit af artister. De har allesammen enten en misundelsesværdig karriere bag sig eller talent til at få en lang karriere, fordi de stort set alle repræsenterer et unik musikalsk udtryk, der har fået tid til at udfolde sig. Det er ikke normen lige nu i en presset branche, der i mange tilfælde løber efter hurtige penge, de få steder de kan findes. I stedet for at gøre det, anerkender ATC, at det tager lang tid at bygge troværdige musikalske udtryk og karrierer op.

Hvilke døre åbner det for dig og dine artister at blive del af ATC?

London kontorerets managementafdeling kender tilsammen stort set alle relevante spillere i den europæiske musikindustri, og US-kontoret gør det samme i USA. Hvis jeg eller mine artister har brug for at få fat i en specifik artist, producer, pladeselskab, agent mv., så er der helt sikkert en på kontoret, der kender eller allerede arbejder med vedkommende. Og vi ved alle, at personlige indgangsvinkler er guld værd i branchen. Men endnu vigtigere er den

From mx.d.dk: Rasmus Damsholt åbner nyt kontor for ATC Management i Danmark

overordnede sparring jeg får af firmaets "senior managers". Allerede inden jeg joinede officielt, har jeg haft et sparringsforløb med særligt en af deres managers og alene det at få input til strategi og arbejdsmetoder fra managers, der arbejder med nogle af verdens fedeste artister er jo uvurderligt.

Derudover har ATC en tilknyttet sync- og brand/partnerskabsafdeling, hvor forslag og muligheder ofte tikker ind, og så er det generelt et hus, hvor der bare sker rigtig mange spændende ting. Mit mål er at være i London én gang om måneden, både for at holde trit med det hele, men også for at være med til at lave A&R-arbejde, da jeg kommer til at indgå fast i det team.

Hvilken værdi giver det ATC at have en manager lokalt i Danmark? Er der forskel på tilgangen til faget i Danmark og UK?

ATCs og min egen filosofi stemmer ret godt overens, og det er også derfor, vi har startet samarbejdet op. Men det er klart, at de stadig har en marginalt mere oldschool tilgang til tingene på grund af forskellen mellem Skandinavien og resten af Europa ift. digitaliseringen. Jeg var på Independent Label Market i London i sidste uge, og her sælges der altså stadigvæk i titusindevis af vinylere til hungrende musikere. Det får vi nok ikke lige stablet på benene i København.

Men det er vigtigt for alle dem, der arbejder med musik i Danmark og Norden generelt at være bevidste om, at det er os, der er cool i øjeblikket og ikke længere skal halte efter England, USA eller andre traditionelle trendsættere. Der kommer så meget god musik ud af Norden i øjeblikket, men også al anden nordisk kunst og kultur er mere hot end nogensinde før. Da jeg var på Latitude Festival i sommers var Carlsberg rykket ind med et "Danish Quarter", hvor København blev brandet på det skammeligste. Engelske festivalgæster kunne købe snaps, få taget billeder foran et billede af Nyhavn og høre dansk musik. Og folk var vilde med det. Det er et lidt karikeret, men godt billede på, at hele vores livstil er blevet et salgsobjekt, man kan bruge, måske på en lidt mere smagfuld måde end Carlsberg forhåbentlig.

Viser forskellene i digitalt musikforbrug mellem de skandinaviske og europæiske markeder sig i forskellige måder at lave management?

Ja, det er klart, at det er spændende for ATCs managers i London og US, at høre om mine erfaringer med musikforbrug og datahåndtering, hvilket jo stadig er en ny ting i nyere

From mx.d.dk: Rasmus Damsholt åbner nyt kontor for ATC Management i Danmark

streamingmarkeder. Her kan UK eksempelvis bruge Danmark til at se, hvordan udviklingen kan gå, når streaming fylder mere og mere af musikforbruget, og forhåbentlig kan ATC bruge mine erfaringer. Det kan af og til føles lidt som om, at jeg kan "se ind i fremtiden" i det regi, men det er vigtigt at huske, at markederne er forskellige. Men muligheden for at være med til en digital omstilling i musikforbrug på et andet marked gør helt klart, at jeg kan bruge af de erfaringer, vi har fået i Danmark. Det vil formentligt give ATCs artister bedre vilkår i forhold til digital omstilling og samtidig gøre, at jeg får opbygget en endnu større viden om det.