



IDA MARIA



LORRAINE

Svært mange i norsk musikkbransje kjenner navnet Kenneth M. Lewis fra uttallige plateproduksjoner. Hans nye hverdag handler imidlertid om den andre enden av en aktiv utøvers hverdag – livescenen.

Av Ole Henrik Antonsen



SPAN

# KENNETH OPP RYDDER



M2M



ALFRED HALL



PHONE JOAN

La oss tenke oss 13 – 14 år tilbake i tid. På 90-tallet var det helt utenkelig at en norsk artist skulle bli signert til et internasjonalt storselskap. Joda, vi hadde a-ha og noen spredte tilløp i etterkant, men våre eneste internasjonale superstjerner bygde hele sin karriere fra utlandet. Til tross for en og annen solskinnshistorie fra Japan, Tyskland eller Frankrike, måtte Norge finne seg i å være et popmusikalsk uland på verdenskartet.

## WATERFALL

Så, nærmest ut av intet, dukket det opp et lite rebelsk produksjonsselskap fra en kjeller på Grünerløkka. Waterfall knakk kodene som de multinasjonale selskapenes norgeskontor merkelig nok ikke skjønnte et døyt av. Noen få rabbagaster klarte å utvikle talenter slik at de aller største fiskene bet på. Sentralt i det hele sto to mann; Kai Robøle og Kenneth M. Lewis. Tospennet skapte sammen med et lite team personer rundt seg, en bemerkelsesverdig periode i norsk platehistorie. I tur og orden ble Babelfish, M2M, Midnight Sons, Trucks, Span, Gisli, Karin Park, Ina Wroldsen, Lorraine og Ida Maria signert til de største plateselskapene i verden. Avisene her hjemme skrev om multimillionavtaler, hos Waterfall jobbet man. Kai reiste verden rundt i møter, mens Kenneth var i studio – eller på øvingslokalet.

## KOMMUNIKASJON

Vi treffer vår mann på kontoret i Oslo. I en alder av førtiåtte er Kenneth gammel nok til å ha startet karrieren som løpegutt i Arne Bendixsen Studio. Han var tekniker på norgeshistoriens mest solgte album (Sissel, med gullstrupen fra Bergen – i fall du skulle være i tvil), og har laget skiver med alt fra Bjørn Eidsvåg til Kylie Minogue.

Nå har han imidlertid etablert et eget selskap som skal hjelpe artister til å forbedre liveshowet sitt.  
– Infrastrukturen i bransjen har blitt mye bedre i Norge de siste årene. Vi har fått opp mange bra produsenter, managere, advokater og så videre. Likevel må jeg innrømme at jeg stusser på at forbausende få har fokus på det å utvikle live-uttrykket til artistene. Siden jeg alltid har likt å jobbe med dette, og siden jeg har fått mange henvendelser om artistutvikling tenkte jeg – hvorfor ikke?

– Jeg har alltid vært interessert i artistens kommunikasjon med publikum, og med alle vi signerte på Waterfall var det min jobb å få live-acten på plass; Sørgе for at det så bra ut, at man gjorde de riktige tingene, sa de riktige tingene mellom låtene og så videre. I dette arbeidet hadde jeg en skikkelig aha-opplevelse mens jeg jobbet med et boyband.

– ehh?

– Hehe, jo du skjønner vi hadde klart å signe et boyband til Atlantic i New York. Moren til Kai (Robøle journ. anm) var koreograf av yrke, og skulle hjelpe meg – som ikke akkurat er danser av natur, å få sving på sakene. Dette var en periode hvor testosteronet ikke akkurat boblet over i popmusikken kan man vel si – man skulle ha de og de trinnene og så videre. Uansett, etter hvert som dansingen kom på plass opplevde vi at låtene ble bedre. Det var helt merkelig, men ting bare falt helt på plass. Jeg fant ut at dette kan overføres til alle typer musikk.

**"Du kan planlegge – og styre, hvor publikum skal rette fokuset, men da må alle uromomenter fjernes."**



– Alle rockere får nå danseundervisning?

– Nei, nei, nei. Selvsagt er det helt andre ting som gjelder for et sint rockeband enn svigermors drøm, men likefullt gjelder det å underbygge budskapet i musikken med bevegelse. Bevegelsen på scenen er en vesentlig del av det å kommunisere med publikum, og dette må man øve på. For meg er det et mysterium at ikke flere skjønner det – at man må øve på å stå foran et publikum. Jeg mener; alle som spiller i et bra band har et forhold til å øve mye. Man skal bli god på å skrive låter, god på gitaren, god til å spille sammen og så videre. Selvfølgelig må man også bli god til å stå på scenen, det er jo helt innlysende!

Kenneth snakker mye om viktigheten av å tenke på konserten som en forestilling. Artisten må skape noe som ikke er hverdags – publikum har så mye hverdag i livene sine fra før. Det må kreeres et momentum;

– Folk tror de går på konsert for å høre sanger, men det er ikke helt riktig. Det de egentlig vil ha, er et uforglemmelig øyeblikk, som gjør dem helt euforiske! Det er først da de springer hjem og ringer rundt til vennene sine – og forlanger at disse blir med på neste konsert med den fantastiske artisten de akkurat har sett. DA bygges det fanbase! Jeg mener at den eneste måten man kan slå gjennom på er å spille bra konserter. Alt starter der.

– Hva gjøres ofte feil?

– Dette er selvsagt veldig individuelt, men det finnes en del gjengangere; Først av alt; Er du et ukjent band uten sanger som folk kan – unngå for all del å spille for lange konserter. Komprimer settet, og spill bare de aller sterkeste låtene som får best respons. Jeg vil si at som regel holder det med pluss/minus 30 minutter for en artist uten en hit.

#### OPTIMALISER LÅTEN

Kenneth ser alltid over tekstene til bandet, og stiller spørsmål ved eventuelle uklarheter;

– Mange artister har litt vage tekster, som kanskje ikke er så lett å forstå. Jeg spør da; – Hva er det dette handler om? og får ofte en forklaring som for meg er helt umulig å slutte ut fra det som faktisk står teksten. Om du derimot forteller publikum dette før låten starter, er sjansen mye større for at de henger på. Plutselig er det en setning som treffer og gjør at folk tenker – ja, sånn er det! Dette har jeg følt mange ganger! Da er vi på riktig vei. Musikk som ikke trigger følelser er helt verdiløs. Om låten gjør deg glad, trist, sint eller lei er underordnet, men den må engasjere!

Kenneth har ingen problemer med eget engasjement når samtaleemnet er opptredenen til en artist, og snakker oppglødd om viktigheten av å hente ut det beste i hver enkelt låt, og eventuelt kaste ut låter som ikke gjør konserten bedre. – I studio er vi jo vant til å effektivisere mest mulig. Den store skrekken er at lytteren skal skru av – da er alt tapt. Det hersker ganske stor enighet om dette blant de som ønsker kommersiell suksess. Mange glemmer imidlertid at akkurat det samme gjelder for en konsert, og tillater seg lengre – til dels uforståelige – introer og outroer som ikke har noe med sangen å gjøre i det hele tatt.

Gitarsoloer er et annet fenomen som ikke ser ut til å gi seg med det første. Det er ikke noe galt i en solo, men denne må tilføre låten noe. Det må gi en wow-faktor, ta låten til et annet sted – i det hele tatt være interessant å høre på. Alt for ofte er det motsatte tilfelle. Det som skjer da, er at publikum faller fra, prater med sidemannen, stikker ut og tar en røyk – eller går og kjøper øl. Om folk stiller seg i ølkø under et kort sett har du tapt ...

**"For meg er det et mysterium at ikke flere skjønner det – at man må øve på å stå foran et publikum."**

– Det gjelder å ta oppmerksomheten, og holde på den?

– Ja. Feil toneart er også en gjenganger. Jeg spør alltid; – Hvorfor legger dere ikke låten opp eller ned? Ikke rent sjelden har dette med gitaristen å gjøre, kanskje er det et riff etter andre refreng som er best å spille i E – mens låten åpenbart skulle gått i G. Min oppgave blir da å stille spørsmål om det virkelig er verdt å ofre en god låt for dette riffet. Hva er viktigst?

Svarene gir seg selv, og som regel har de andre i bandet allerede påpekt det – men som en uheldig person kan jeg komme inn og få brikkene til å falle på plass. Jeg vil ikke trække meningene mine ned over hodet på folk, jeg ønsker at de skal trekke konklusjonen selv. For det er et faktum at om tonearten er feil, faller publikum fra. Ølkø. Jeg har som overordnet mål at prosjekter som har gjennomgått Camp Kenneth, skal være så bra live at ingen går for å kjøpe øl under giggen.

– Ringnes er kanskje ingen tilhenger av deg?

– Hehe, nei, men jeg satser på å få artistene så bra at alle skal ha masse øl – etter giggen.

#### STYR FOKUS

Vi har allerede vært inne på intro og outroer, men Kenneth har mer på hjertet; – Det er ekstremt viktig at de som ikke spiller ikke driver med andre ting på scenen mens låten går. For eksempel at gitaristen eller bassisten går bort til ampene, eller stemmer under intro/outro. Det som skjer da er at publikums øyne automatisk dras mot bevegelsen – og bort fra der man ønsker fokus skal være. Du kan planlegge

#### PERFORMANCE TIPS

##### STYR FOKUS DER DET SKAL VÆRE

Fjern uroelementer, eksempelvis en gitarist som stemmer mens låta går. Du kan planlegge hvor publikum skal rette fokus – gjør det!

##### RYDD OPP I LÅTENE

Tenk like mye effektivitet som ved studioinnspillinger. Jobben din er at publikum ikke skal ta øynene av deg. Ikke spill en låt som helt klart burde gå i G-dur i E-dur, fordi gitaristen skal gjøre et riff i midtpartiet.

– og styre, hvor publikum skal rette fokuset, men da må alle uromomenter fjernes. Dette bruker jeg mye tid på.

– Hvordan jobber du rent konkret med en artist?

– Det første jeg gjør er å gå på en konsert. Jeg gjør meg opp et slags førsteinntrykk om hva som er bra og dårlig, hvor skoen trykker – og hva som kan gjøres bedre. Dernest kommer en lang prat med de involverte. Det er viktig å kartlegge hva man vil, og hvor man vil. Etter dette gjør jeg en omfattende analyse sammen med bandet. Da kan jeg gjerne sitte med et videoopptak av en konsert, så går vi gjennom låt for låt – del for del, og jobber oss gjennom liveshowet.

– Ofte er de tingene som virkelig er bra, ganske tilfeldige. Det gjelder å få bandet til selv å innse at dette er bra, og ikke minst bli klar over hva som ikke fungerer. Selv om vi konkret går gjennom det settet som spilles for tiden, er målet mitt at de skal skjønne tankegangen – og selv kunne utvikle dette videre etter hvert.



EL CUERO

– Så om noen sier: – vi vil bli verdens beste band, så ...

– Da sier jeg kjempeflott! Da har vi definert et mål, og da vet vi at man skal kommunisere veldig bredt. Nå er det ikke alltid artistene sier akkurat det, og i den innledende fasen gjelder det å finne ut av hvor man skal – og om alle er enig i det. Det er ekstremt viktig å dra i samlet flokk, og at bandet er en enhet, hvor alle vil samme vei. Hvis det motsatte er tilfelle vil man aldri lykkes.

– For en tid siden jobbet jeg med noen rockere hvor bassisten – for øvrig en utmerket musiker, stadig vekk ville gjøre andre musikalske valg enn resten av bandet. Til slutt måtte vi sette oss ned og ta en prat. Det viste seg at han egentlig ville spille jazz. Enden på visa ble at han fant seg et jazz-band i stedet. Dette høres banalt enkelt ut, men om du hadde ant hvor mye sånne ting ødelegger for potensielt veldig bra band ...

##### VÆR EN ENHET

Sørg for at alle i bandet vil samme vei, og drar i samme retning. Noen ganger må man bytte ut medlemmer som ønsker å gjøre noe annet – sånn er det bare.

##### IKKE SPILL FOR LANGE KONserter

Før du har store hits, er det svært vanskelig å holde på oppmerksomheten til publikum i mer enn 30 minutter – Leave them hungry!

– Hva koster det å hyre deg?

– Det er litt vanskelig å gi en fastpris siden alle oppdrag er så forskjellige. Jeg gjør dagskurs – foredrag om du vil, på åtte timer. Dette er gjerne for en samling av ulike band, på høyskoler, for Gramart etc. Det er imidlertid svært mye informasjon som skal absorberes, så ikke sjelden deler vi dette opp på to dager.

Det beste er imidlertid å få jobbe hands-on med en artist over en del uker, og at jeg er med på noen øvelser og konserter. Da gir jeg full money back guarantee om ikke bandet opplever at minst 5% av førstegangslysterne tar med seg noen andre neste gang. Så langt har jeg ikke betalt tilbake et eneste øre, smiler Kenneth til slutt. ♦

www.kennethmlewis.com



TRUCKS



KARIN PARK