

MUSIKPRESSE I ÅRHUS

# GAFFA består - de andre forgår

**Robert Borges rakkede ned på redaktionen ... og blev ansat som langtidsledig. Siden nappede han direktørsædet på et af landets ældste musikmagasiner. Der var gevaldige bump på vejen, men i 2008 fejrer Gaffa, at det har overlevet som gratisblad i 25 år**

"I øvrigt om navnet GAFFA ... Vores idé med bladet er, at det skal have samme effekt som "Gaffa-tape": At få de forskellige grene af musiklivet til at hænge sammen". Sådan skrev redaktionen i den første leder, da musikmagasinet udkom første gang i september 1983.

I snart 25 år har Århus-bladet været en af livets gratis glæder, som kan findes over hele landet. Fra at være et undergrundsblad i Århus Amt er Gaffa i dag en dynamisk virksomhed med egen klub, billetbureau, mobilselskab, butik, forlag og webportaler som Gaffa.dk og Soundcheck.dk. I 1983 var der tre halvtidsansatte. I 2007 er der 20 ansatte plus mange håndfulde freelance skribenter og fotografer tilknyttet bladet, som hver måned læses af godt 230.000 danskere.

## **Gnags måtte ikke tale med gøgeungen**

I den spæde start var Gaffa et decideret Århus magasin, som var foreningsdrevet med et oplag på 25.000 eks. Den eneste lokale konkurrent var Byens Fri Blad,



bl.a. med skribenten Jan Opstrup Poulsen (som siden blev Gaffa-mand og stadig skriver ...).

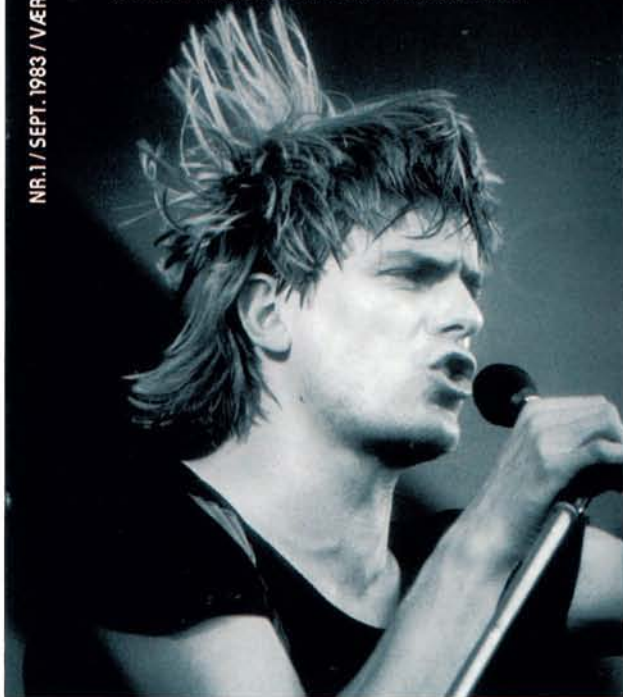
"Den gang var det især via dagspressen, man orienterede sig om, hvad der rørte sig i musikken. Men forbillederne for Gaffa var engelske musikmagasiner som NME (New Musical Express) og Melody Maker. Den daværende primus motor Henrik Adler blev inspireret af nogle rejser til London og ville lave et gratis blad. Så i efteråret 1983 lånte han en skrivemaskine, en telefon og kontorplads af musikforeningen RYTMUS (senere RMT), fortæller direktør Robert Borges.

Gaffa havde store ambitioner og blev allerede i 1985 distribueret i hele landet med to lokale tillæg/ redaktioner - en i Århus og en i København. Et år senere skrottede man dog tillæggene og bevarede fødderne plantet i Århus - gennem årene på adresser i Guldsmedgade, Sjællandsgade og Møllegade.

At det gik hastigt fremad for gøgeungen, viste reaktionen fra redaktøren på det førende danske mu-

# GAFFA

MUSIKMAGASIN FOR ÅRHUS AMT



sikmagasin MM (1970-1989), som havde redaktion i København.

”Torben Bille sagde for eksempel til Gnags, at hvis de ville på forsiden af MM, skulle de ikke bryde sig om at give interviews til Gaffa. Så i nogle år var der kold luft mellem Guldsmedgade og Haraldsgade (hvor Genlyd/Gnags holdt til), ler Robert Borges.

Han mener, det har betydet meget, at Århus huser et landsdækkende musikmagasin.

”Vi var og er en del af brancherepræsentationen i byen. Det var særlig vigtigt, at vi var der i perioden hvor Genlyd blev solgt (1990, red.), så århusianerne stadig følte, at de var tæt på musikbranchen.

## Mr. Gaffa rakkede ned

Robert Borges er udlært fotohandler, men i 80'erne gik tiden med at spille trommer i punkbands som Hetz og Funerals. Alligevel blev han nysgerrig, da Gaffa i 1985 søgte en langtidslæder.

”På det tidspunkt skrev bladet mest om Thomas Hel-

mig, Gnags, Mek Pek, Lis Sørensen, TV2 og de andre. Min baggrund var i punk- og new wave scenen, så jeg gik ned på kontoret og sagde, at de ikke anede, hvad der foregik derude. For at teste om jeg kunne noget, sendte de mig så ned for at annoncere en koncert med Axidenz på Café Himmelblå i Mejlgade. Jeg skrev, det var det værste lort, selv om to fra bandet var i bladets redaktion ... men det var symptomatisk, at man fik lov. Den ånd har jeg forsøgt at bevare gennem alle årene. Det gode kommer som regel fra dem, der ikke sidder fast på kontoret,” mener Robert Borges, som trak sig fra skribentrollen ca. 1990, da hans orkester Corps Diplomatique fik pladekontrakt med Sony. I stedet solgte han nu annoncer og arbejdede med distribution.

## Fanger nye trends

Bladets værste konkurrent MM (betalingsblad) pakkede sammen i 1989.

”Det var da en sejr for os. Derefter blev Gaffa indholdsmæssigt overlegen. Nu kunne vi få det indhold, vi ville have. Men der blev også stillet kæmpestore krav til at vi skulle favne det hele genremæssigt,” husker Robert, som mener, at magasinet fint har fanget nye tendenser og bands og sat dem på forsiden.

”Op gennem 90'erne var vi for eksempel stærke på electronica-scenen. Det skyldes selvfølgelig en dygtig medarbejderstab, som øsede af deres viden. Gaffa vil altid afspejle øjeblikkets stab”.

Hvordan overlever man så længe som gratisblad?

”Vi har hele tiden forædlet vores formular og ekspanderet. Gaffa står for aktualitet og kontinuitet med en enkel recept: Det skal være gratis og favne både plade- og livescenen. Økonomisk set har vi overlevet på produkttilpasning, f.eks. at hænge plakater op for pladeselskaber og at distribuere andre blade”.

Annoncekroner blev først for alvor en god indtægtskilde sidst i 80'erne. Før var holdningen i pladeindustrien, at man ikke skulle reklamere for musik.

”Pladeselskabsmanden Jan Degner sagde en gang, at hvis musikken ikke kan sælge sig selv, skulle den aldrig være udgivet, men han har da købt en del annoncer hos mig siden,” ler Robert, der understreger, at bladet aldrig har været i lommen på nogen selskaber eller bands.

## Lænsede Dankort

I kampen om annoncekronerne drillede hedengangne konkurrenter som Wild og Zoo Magazine en smule i 90'erne, og at Gaffa var blevet lidt for afhængig af pladeselskaberne viste sig i oktober 1998. Der var en afmatning, pladeselskaberne panikkede og købte ikke annoncer mere. Musikforeningen Gaffa havde en negativ egenkapital og skyldte 1,3 millioner kroner væk.

”Samtidig fejrede vi vores 15 års jubilæum med Dynamo-turnéen på spillesteder i hele landet og en kæmpe gallafest på Vega i København. Men der kom slet ikke nok mennesker, selv om der var navne som Superheroes, Baal, Psyched Up Janis og Hanne Boel. Den aften lænsede jeg og en kollega adskillige Dankortautomater i hovedstaden for at få kontanter til at betale orkestrene. Det var en lærestreg og tankevækkende, at hverken publikum, branchen eller medierne bakkede op om arrangementet,” beklager Borges.

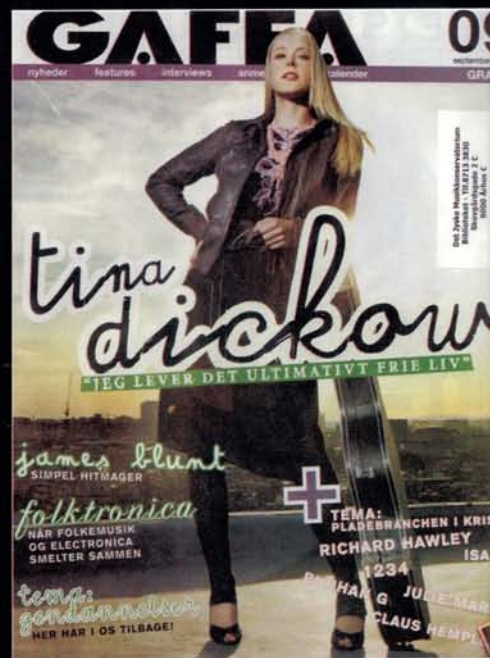
Der manglede 200-300.000 kr., og Gaffa gik i betalingsstandsning. Bladet fik henstand hos de mange kreditorer, som dog fik deres penge tilbage i løbet af de næste par år.

1. oktober 2000 stiftede Gaffa et nyt aktieselskab. Det var tvingende nødvendigt at lave en ny plan, for den daværende foreningskonstruktion var for skrøbelig. 18 medarbejdere og freelanceskribenter skød hver mellem 5.000 og 75.000 kr. - tilsammen en halv million - i foretagendet. I september 2000 blev Robert Borges adm. direktør. Samtidig fornyede Gaffa hele sit magasinkoncept med nyt look, format og papirkvalitet, så det nu mindede om det amerikanske Rolling Stone Magazine.

”Vi stabiliserede forretningen og fik nye kunder. Samtidig indså vi, at Gaffa må have flere ben at stå på – nogle sub brands. I dag lever vi af den generelt store interesse for musik fra f. eks. tøj- og ølfirmaer. Hvis pladeselskaberne får en krise nu, som noget tyder på, vil det ikke ramme os særlig hårdt på annoncepungen,” forklarer Robert Borges.

## Altid gratis

I det nye årtusind har magasinet bl. a. markeret sig som mediepartner til et utal af musikevents og festivaler. 2001-2003 udgav Gaffa f. eks. Roskilde festivalens dagblad ”Roskilde Daily”.



## På forsiden af Gaffa: en hæder i sig selv

I september 2007 kom den århusianske sanger og sangskriver Tina Dickow (f. 1977) på forsiden af Gaffa. Endnu en vigtig profilering af en i forvejen højt værdsat kunstner.  
2004: Musikkritikernes pris Steppeulven som bedste komponist  
2004: Danish Music Award, bedste sangskriver  
2006: Danish Music Award, bedste sangerinde  
2006: P3 Prisen  
2008: Kronprinsparrets Kulturpris som den første musiker.  
”Det kræver et særligt talent at skrive sange, der kombinerer den gode melodi og det spændende sprog med personlige og alment vedkommende betragtninger”, sagde kronprinsen i sin tale til prismodtageren  
Seneste udgivelse: Count to Ten, 2007

Flere hundrede musikelskende skribenter m.fl. har arbejdet for Gaffa. Mange har siden skabt sig en karriere i medie- og kulturverdenen, f. eks. Jakob Kvist (ArtPeople – forfatter m.m.), Poul Martin Bonde (talentspejder m.m.), Mads Kastrup (Berlingske Tidende), Jan Eriksen (BT) og Simon Kvamm.

Gaffa er en populær arbejdsplads, hvor julefrokosten er et tilløbsstykke for nye og gamle kolleger, som alle præsenteres personligt af direktøren, der (næsten) kan huske alle navnene.

Hvad Gaffa finder på næst, ved Robert Borges ikke. ”Men vi åbner aldrig et pladeselskab. Det ville være for svært at forblive kritisk. Til gengæld tør jeg godt love, at Gaffa forbliver gratis”. /rw