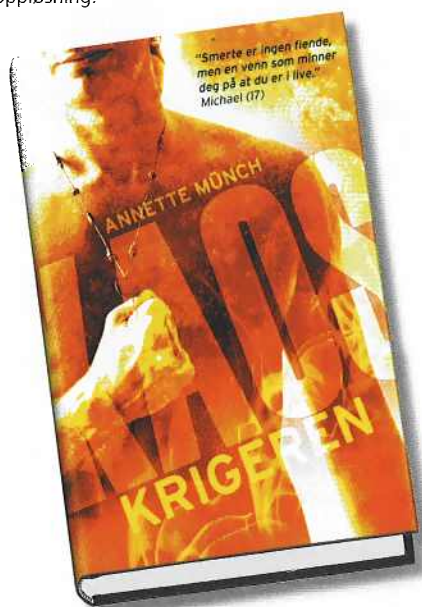


What most people never do

Annette Münch (f. 1981) jobber som redaktør for jentemagasiner i Egmont Serieforlaget i Oslo. I november debutterer hun med ungdomsboka *Kaoskrigeren* på forlaget Damm.

Tone Hansen / Damm Norge / tone.hansen@damm.no

Kaoskrigeren er en spenningsroman om 16 år gamle Tobias som kjemper mot alt og alle. Etter at han blir slått ned på åpen gate av en gjeng ungdommer, blir livet enda mer kaotisk. Hjemme er familien i full oppløsning.



"Jeg har skrevet på historien i 6-7 år, kun for min egen skyld. Mye kom bare av seg selv, jeg satte meg ned uten planer. I bakgrunn ligger nok inspirasjon fra filmer og bøker, egen erfaring, fantasi og venner samt ting jeg har hørt og observert. I tillegg var det jo naturlig å skrive om noe jeg brant for og var opptatt av", sier Annette Münch.

En stor overgang

Bokas hovedperson møter en kampsportinstruktør som forsøker å hjelpe ham. Annette har selv trent kampsport i ti år, og hun har svart belte 2. dan i taekwondo. Hun skriver fra et miljø hun kjenner, men likevel er det en stor overgang å skrive en bok om gutter når hun til daglig arbeider med jentemagasiner.

"Boka representerer på mange måter det motsatte av det jeg arbeider med til daglig. Her er det ikke jenter, kjærlighet og sminke, men vold og gutter som er fokus. Det er deilig å fokusere på noe helt annet på fritiden enn det jeg gjør på jobben. Men jeg har likevel hatt nytte av arbeidet i skriveprosessen: Å daglig arbeide med tekst gir meg et bedre skriftspråk, og jeg får anledning til å snakke med interessante personligheter – noe som lærer

meg mye om ulike måter å se verden på. I tillegg får jeg mail fra ungdom med ulike problemer, det gir meg verdifull innsikt inn i deres verden. Jeg har også en finger med i designet av bladene, noe som førte til at jeg hadde sterke meninger om omslaget av boka. Jeg satt hos designeren i to dager og lagde omslaget sammen med ham", forteller Annette.

Hva er det du driver med?

Annette valgte ikke å gå til Damm fordi de er en del av Egmont-familien, men fordi Damm er det beste forlaget på barne- og ungdomsbøker:

"Jeg ville i utgangspunktet gå til alle andre forlag enn Damm! Jeg var usikker på kvaliteten på teksten, og dersom en forlagsredaktør skulle le av meg, ville jeg helst at det ikke var noen jeg kom til å møte i kantina de neste årene. Men da jeg snakket med et par forfattere og fotografer som jeg kjenner privat, anbefalte alle meg å først kontakte Damm. Etter deres mening var Damm best på barne- og ungdomsbøker. Så jeg lukket øynene og hoppet i det. Da jeg banket på døren til sjefredaktøren, tenkte jeg: Herregud, hva er det du driver med, hvorfor må du alltid utsette deg selv for så mye rart?"

EGMONT I MEDIERNE

Hvad er ligheden mellem overlæger, professorer, aktieanalytikere og mange medarbejdere i Egmont? Svaret er ekspertise.

Henrik Harring Jørgensen / Koncernkommunikation / harring@egmont.com

Når medierne fordeler taletid og spaltemillimeter er kilder, som sælgende og insisterende op søger reklame for deres produkter eller virksomhed,

The Press Wrote

På InSight kan du hver dag kl. 8.00 og 13.00 læse de seneste resuméer af de nordiske nyhedsmediers omtale af mediebranchen. Du finder "The Press Wrote" under menuen "News" Herfra kan du også søge i de 14.000 resuméer, der er skrevet siden 1997.

blandt de første, som journalisterne fravælger at bruge tid på. Derimod er eksperter, som formidler indblik og overblik, i høj kurs. Det gælder overlæger, professorer og aktieanalytikere. Men det gælder også kilder med bud på, hvordan forbrugerne reagerer, tænker og føler i 2006. Her mestrer mange kolleger i Egmont rollen som ekspert. Kunsten er at spejle det daglige arbejde i tidens samfund og kultur for at forklare, hvordan og hvorfor medier og medievaner er i forandring. De seneste uger bød på flere gode eksempler.

En moden dame fylder rundt

Årstallet 1946, hjemmegående husmødre og madvaner lyder måske ikke umiddelbart som

ingredienser i opskriften på en god historie. Men i sammenhæng med, at bladet ALT for damerne fyldte 60 år, var sagen en anden. TV og flere dagblade omtalte fødselsdagen for Danmarks største kvindeblad, der årti efter årti har afspejlet, hvad kvinder interesserer sig for.

I TV 2's "Go'Aften Danmark" fortalte chefredaktør Hanne Høiberg bl.a. at bladet altid har været på kvindernes side, støttet dem i at komme ud på arbejdsmarkedet, gøre op med perfektheds-



ALT for damerne er ikke bare et blad. Det er også et spejlbillede af, hvad der har optaget danske kvinder gennem 60 år.

Annette vet ikke om forlaget har set med skarpere øyne på et manuskript som kommer fra en Egmont-medarbeider i forhold til et manuskript utenfra:

“Manuskriptet ble først sendt til ekstern konsulent under pseudonym. Det var betryggende.”

Verden er på utkikk

Til andre Egmont-medarbeidere som går rundt med kreative ideer har Annette et godt råd:

“Jeg har snakket med 20–30 personer den sisten tiden på jobben som alle har begynt med å gratulere, for så å fortsette med “Du skjønner, jeg begynte på en bok en gang jeg også.” Dessverre virker det som om nesten ingen fullfører prosjektet. Mange med kreative ideer skylder på tidsnød, men selv om det kanskje provoserer, så har du faktisk tid til det du vil. Tror det er viktig å ikke bruk tid som unnskyldning overfor deg selv, da er det bedre å innse at på grunn av egne prioriteringer akkurat nå har du ikke anledning til å sette ideen ut i verden. Jeg brukte for eksempel hele sommerferien i fjor til å sitte inne og gjøre ferdig manuset, og jeg hadde med laptopen da jeg var på sydenferie en vinter i tilfelle jeg plutselig skulle få inspirasjon. Det kommer an på hvor sterk motivasjonen og lidenskapen bak det du driver med, er.

Ikke vær redd for å kontakte dyktige folk, min erfaring er at folk ofte er mer behjelpelige enn man tør å håpe. Men jeg er glad jeg ikke fortalte verken familie eller venner om skriveprosjektet, slik at jeg slapp “hvordan går det med boken?”-spørsmål hver gang jeg møtte noen i seks år.

Ikke tvil på kvaliteten på ideen din, eller på egne evner. Hver enkelt av oss har utrolige muligheter hvis vi bare tør, jeg har inntrykk av at verden er på utkikk etter nye kreative prosjekter hele tiden. Men du må også virkelig ville det, sette et mål, være fokusert og jobbe mot det. To have what most people don't have, you must do what most people never do!”



Annette Munch jobber som redaktør for jentemagasinene i Egmont Serieforlaget i Oslo; snart debuterer hun med ungdomsboka *Kaoskrigeren*.

genet og så videre. Dagbladet BT interviewede bl.a. en ekstern ekspert, lektor Karen Klitgaard Povlsen, der har beskæftiget sig med medier i en årrække. Hun fremhævede, at kvindeforlaget har været bedst i Danmark til at følge med tiden.

Med Donald som læremester

Norske Dagsavisen rapporterede i september om en ny undersøgelse fra analysefirmaet MMI om nordmændenes læsevaner. Konklusionen var, at 63 % af mændene og 34 % af kvinderne havde deres første læseoplevelse med en tegneserie. Første ekspert i den artikel var Egmont Serieforlagets Svein Erik Søland. Han kunne bl.a. give avislæserne et indblik i, hvorfor børn, som måske sjældent åbner bøger, i stedet gerne læser tegneserier:

“En vigtig årsak til at mange nordmenn har lært å lese tegneserier, er at de ikke er ment for å lese høyt. Ungene blir utålmodige og vil heller lese selv, etter at de voksne har stotret og forklart handlingen i et hefte rute for rute. Dermed blir det å lese et behov ungene føler selv”, sagde Svein Erik Søland.

Her & Nu scorer tophistorie

Ugeblade som Her & Nu og dets konkurrenter læses flittigt og værdsættes af mange, men omverden knytter ikke meget prestige til denne del af det journalistiske håndværk. Det er ret sjældent, landsdækkende nyhedsmedier positivt omtaler, hvordan redaktionerne arbejder med at få historierne frem.

27. september skabte redaktionen på Her & Nu en undtagelse fra den tommelfingerregel. Bladet stod bag ugens scoop, da Her & Nu blev første medie med officielle billeder af prinsesse Alexandra og hendes kæreste Martin Jørgensen sammen. Nyheden blev flittigt omtalt og hos TV 2 gav chefredaktør på Michael Rasmussen og journalist Dorthe Brandborg seerne indblik i, hvordan scoopet var opstået.

Modebranchens nye Mecka

I Sverige har KING, Egmonts modemagasin for mænd, på få måneder både fået mange læsere og mange konkurrenter. Chefredaktør Per Nilsson, der også før lanceringen var en flittigt brugt kilde i medierne, har med sin ofte citerede ekspertise

i mænds vaner og ønsker bidraget til at styrke bladets plads i hukommelsen hos svenskerne.

En af de seneste historier beskrev, hvordan bladet nu også rykker ind på internettet, fordi flere og flere mænd begynder at interessere sig for mode.

“Vår kärnmålgrupp är storstadsorienterade män i den mentala åldern 20 till 35. Men på sajten tror jag att vi har möjlighet att bredda oss ännu mer”, sagde Per Nilsson.

Mediebarometeret

Koncernkommunikation registrerer dagligt mediernes omtale af, hvordan medarbejderne og virksomhederne bag vores produkter tackler nye ideer, medvind eller modgang på markedspladsen. I mediebarometeret samler vi op på den omtale, Egmont har fået i løbet af måneden, bortset fra anmeldelser.