



IDM svoje prste ima i na soundtracku za kulturni film 'Kum'



'Kill Bill', film Quentina Tarantina, također je na popisu



U katalogu izdavačke kuće našao se i soundtrack za film 'Dobri momci'



in der
MUHLEN

Naše su pjesme na soundtrackima za 'Kill Bill', 'Kum' i 'Dobri momci'

Glavna su atrakcija IDM-ova kataloga talijanski evergreeni, a ta kuća ima autorska prava na većinu glazbe iz špageti vesterna, odnosno na muziku Ennija Morriconea

Piše **Pavica Knezović**

My name is Buck and I am here to f.k. šlagvort je glumca Michaela Bowena u Tarantinovu 'Kill Bill Volume 1', nakon kojeg nasrće na samo nježegled uspavanu Umu Thurman. No, osvetnički raspoložena Crna Mamba u tom trenutku odvratnom bolničaru Bucku odgriza jezik, i to uza zvukove 'Ode to Oren Ishi' koju izvodi RZA iz Wu-Tang Clana. E, upravo je to jedna od pjesama iz kataloga koji broji više od 80.000 naslova izdavačke kuće IDM (Intelligent Digital Media & Music) Tome Johaneesa in der Muhlena koja unatrag pola godine ima sjedište i u Zagrebu.

Život u New Yorku

In der Muhlen nije nepoznato ime na ovdašnjoj kulturnoj i poslovnoj sceni. Iako je posljednjih deset godina proveo u New Yorku, u Zagrebu ga još pamte kao kulturnog voditelja programa u Kulušiću, vlasnika glazbenog studija SIM te jednog od prvih nezavisnih diskografskih distributera u ovim kraje-

Autorska prava za glazbu Michaela Legranda

Uz Ennija Morriconea, skladatelja koji potpisuje glazbu za filmske klasike 'Za šaku dolara' i 'Bilo jednom na zapadu', IDM ima autorska prava i na glazbu Michaela Legranda, francuskog skladatelja koji je, među ostalim, napisao glazbu za film 'Tri mušketira'. U katalogu je IDM-a i glasoviti argentinski skladatelj Lalo Schifrin, najpoznatiji po originalnoj temi za serijal 'Misi-ja: Nemoguće' i glazbi iz 'Priljavog Harryja'. Tu je i Luis Bacalov, Oscarom nagrađen za glazbu iz 'Poštara', potom klavijaturist i skladatelj Keith Emerson (Emerson, Lake & Palmer), bivši basist Rolling Stonesa Bill Wyman te Coati Mundi iz Kid Creol & the Cocanuts. IDM je glazbom opskrbljivao i 'Muppet Show', MTV-jevu emisiju 'Biorhym' i druge.



vima (da nabrojimo samo dio njegovih prijašnjih preokupacija).

Prije pola godine in der Muhlen je s poslovnom partnericom i suprugom Miriam B. Westercappel i dvoje djece došao u Zagreb otvorivši, uz New York i Rim, još jednu poslovnicu svoje izdavačke kuće.

Odlučio je iz nekoliko razloga težište svoga privatnoga i poslovnog života prebaciti ovdje. - Razvojem Interneta doista je postalo moguće s bilo koje točke voditi posao. A i europsko tržište nam je zanimljivo. U New Yorku je život postao skup i entertainment industrija više ne čini osnovu poslovnog života grada - objašnjava in der Muhlen, tvrdeći kako su zapravo New York i Zagreb slični gradovi. U svakom slučaju, sa svojom je IDM izdavačkom kućom u ove krajeve donio nov oblik poslovanja i trgovanja.

Glavna su atrakcija IDM-ova kataloga talijanski evergreeni, a upravo ta izdavačka kuća ima autorska prava na većinu glazbe iz špageti vesterna, odnosno na glazbu Ennija Morriconea. IDM se bavi i posredovanjem pri nabavi autorskih prava, a prvi ovdašnji klijenti bile su marketinške kompanije poput Greya i Digitela koji rade kampanje za VIP i HTmobile.

Svoje prste IDM ima i na soundtrackima za filmove kao što su 'Kum', 'Dobri momci' i 'Brucoš', a

za uslugama ove izdavačke kuće posegnuli su i 50 Cent (pjesma 'My buddy' koju izvodi s G Unit) te Beck ('Nicotine&Gravy'). U katalogu IDM-a su i 'Tri tenora u Parizu', 'Pavarotti Live' i 'Pavarotti & Friend'.

Američki reperi

- Od 80.000 naslova u katalogu trenutačno ih je 6000 aktivnih. Sada su nam atraktivna dva kataloga beat glazbe iz 70-ih. Naši su česti klijenti američki reperi koji se inspiriraju filmovima tipa 'Lice s ožiljkom', pa samim time i takvom glazbom. Teško je predvidjeti, barem kad je američko tržište posrijedi, što će biti u trendu. Tako je jedan od mojih propusta bio taj što nisam kupio katalog Ace of Base za američko tržište - rekao je in der Muhlen objašnjavajući kako je u trendu u hrvatskoj marketinškoj industriji upotreba poznatih pjesama, dok je svjetski trend lansiranje novih pjesama i bendova koji tek nakon eksploatacije u reklamama postaju poznati. Za to je dobar primjer australska grupa The Jet i njihova pjesma 'Are You Gonna Be My Girl' koju Apple koristi u reklamama za iPod.