

PREMIÄR
21 OKTOBER 2005



Julius och hans Annie

Nöjespappan har hittat favorittjejen

Julius Malmström håller många turistbussar rullande. Varje år besöks hans arrangemang och föreställningar av hundratusentals människor. Ofta kommer de med buss. Världsartister eller inhemska stjärnor är vardagsmat för denne entusiast som efter mer än 30 år som nöjesarrangör sprudlar av framåtanda och kreativitet. Och som säger sig ha träffat sin favorittjej. I oktober har nämligen familjemusikalen Annie premiär på hans egen teater i Malmö, Nöjesteater. Vi har träffat Julius Malmström på hans kontor i skånska Alnarp – i en miljö som utifrån sett är så lite rock'n roll som man kan tänka sig.

Av Ulo Maasing i Alnarp

Det är en misslyckad karriär som popmusiker för mer än 30 år sen som gjorde Julius Malmström till en av Sveriges klart ledande nöjesarrangörer. Nu arbetar han över ett brett spektrum: sätter upp musikalerna, arrangerar jul- och nyårskonserter, jobbar med några av våra mest folkära artister, driver teater, hyr ut mobila scener...

The Screamer's hette bandet där han spelade, och inte ens med sextiotalets måttliga anspråk var suget efter bandets musik överväldigande.

Missnöjd över att bokningarna inte alls levde upp till bandets förväntningar traskade Julius gång på gång upp till sin musikerförmedling i Malmö och tjadade. Och tjadade.

Till slut tröttnade personalen på förmedlingen och pekade på ett tomt skrivbord.

– Här är en telefon. Sätt dig själv och ragga jobb.

I sanningens namn ska det också sägas att de mest var andra artister Julius lyckades placera, även om Screamer's väl slank på ibland.

Och på den vägen är det.

200 000 biljetter

Med sina arrangemang skapar han mycket jobb åt bussbolag och bussresearrangörer. Varje år roar han åtskilliga hundra tusen teater- eller konsertbesökare. Till många av föreställningarna och konserterna rullar åtskilliga bussar.

Dessutom heter han inte ens Julius, utan Stefan.

Julius började han kallas när han på sextiotalet jobbade som discjockey – något som han för övrigt höll på med ända fram till 1986.

– Jag blev lite tveksam när det kom fram en tjej till mig under en spelning och sa att ”du känner min mamma”. Då var det dags att sluta, säger han när vi träffar honom i den stora villa i Alnarp som är hans företags högkvarter. Eller snarare koncernens högkvarter.

I toppen finns Julius Fritid&Nöjen AB som bildades 1972. Företaget äger i sin tur produktionsbolaget Julius Production AB, biljettförmedlingen Julius Biljettservice AB och teaterbolaget Nöjesteatern i Malmö AB.

Omsättningen är ca 65 miljoner, biljettförmedlingen oräknad och personalstyrkan uppgår till tolv fast anställda och ett nästan oändligt antal säsong- eller timanställda.

I den i lummig grönska inbäddade villan jobbar man nu för högtryck med att sälja in höstens och vinterns repertoar från Julius bolag. I oktober är det premiär för familjemusikalen Annie på Nöjesteatern i Malmö.

– Annie är nog min favorituppsättning hittills, säger Julius.

Att sätta upp föreställningen kostar tolv miljoner kronor.

– Det är nog inte många som är medvetna om vad en sådan här uppsättning kostar. För att det ska gå runt behöver vi bortåt 90 procents beläggning, vilket egentligen är orimligt.

Av princip lyfter Julius inte heller några bidrag från samhället till sina uppsättningar. De ska vara självfinansierande.

Viktiga bussbolag

50 föreställningar är planerade. 200 000 biljetter ska säljas. Och bussbolagen bokar på.

– Bussbolagen är viktiga samarbetspartners för oss. Men vi kan tyvärr inte ge dem några rabatter på biljettpriserna eftersom vi har pressat våra kostnader så hårt. Rabatter skulle direkt få tas från marknadsföringspengarna, förklarar Julius.

Däremot, säger han, är han klart beredd att ställa upp och hjälpa bussbolagen med marknadsföringen av resor till de föreställningar och evenemang han arrangerar.

– Vi kan tex vara med och köpa någon annons i bussbolagens kataloger och på det sättet förstärka försäljningen. Men bussbolagen kommer inte med några önskemål. Det är konstigt.

Julius Biljettservice, som sköter försäljningen till både Julius egna arrangemang och andra har en särskild kontaktperson, Madeleine Nilsson, som är huvudansvarig för kontaktorna med bussbolagen.

– Vi märker att det är uppskattat och att många bussbolag gärna jobbar med oss, säger Julius.

– När det är stora evenemang på Ullevi ringer en del bussbolag gärna till oss i stället för direkt till Ullevi.

Beroende på vilken produktion det gäller står bussbolagen för ca 30 – 40 procent av biljettförsäljningen vid Julius' egna arrangemang. Det gör dem till nyckelkunder för Julius.

– Om inte bussbolagen tror på en produktion som vi arbetar med blir jag rädd, säger han.

Avbeställningskydd

Julius förklarar att han visst har förståelse för att bussbolagen inte tycker om att månader i förväg ligga ute med pengar för biljettbokningar utan att veta hur en föreställning kommer att sälja.

– Men vi måste också ligga ute med pengarna för en produktion som kan kosta åtskilliga miljoner.

Han anser att bussbolagen idag är för snälla, för generösa gentemot sina kunder när det gäller bokningar av tex teaterresor.

– Bussbolagen måste bli lite tuffare mot slutkonsumenten. Idag accepterar människor att tex flygbiljetter inte kan avbokas eller ändras om man inte har betalat ett högt pris för biljetten. Även bussbolagen måste ha lite hårdare regler för avbokningar från sina kunder.

Julius pekar också på att hans biljettservice oftast inte har rätt att bara ta tillbaka biljetter som inte bussbolagen har lyckats sälja. Många arrangemang är dessutom inte helt och hållet Julius egna, utan görs i samarbete med andra arrangörer.

För att minska slutkundernas tveksamhet att boka tidigt har Julius skapat en nyhet inför After Dark's sejour i Malmö. Det är ett avbeställningskydd av i princip samma modell som reseföretag erbjuder sina kunder. Priset är blygsamt – 25 kronor per biljett.

– Det viktigaste är att bussbolagen och vi har en bra dialog. Då kan vi ofta hitta smidiga lösningar när det

gäller biljetter som de inte har lyckats sälja, säger Julius.

Han efterlyser mer nytänkande från bussbolagens sida, inte minst för att de ska nå en ny publik, samtidigt som det öppnar möjligheterna för honom själv att satsa på andra föreställningar.

Sedan länge har han velat sätta upp rockmusikalen Rocky Horror Show som hade premiär i London redan på sextiotalet. Fast uppsättningen skulle naturligtvis vara på svenska. Drömmen, säger han, är att göra föreställningen med The Ark och bandets sångare Ola Salo.

Men hittills har Julius tvekat.

– Skulle verkligen bussbolagen komma?

– Och ändå är ju den publik som var i tjuugoårsåldern när föreställningen skapades runt 60 idag, och följaktligen en typisk bussresepublik, resonerar Julius.

Bussbolagen måste tänka om, resonerar han.

– Operettpubliken finns inte som förr. Ett nytänkande måste in.

Han betonar att han inte vill kritisera bussbolagen och bussresearrangörerna.

– Men de är väldigt traditionella



Eva Rydberg spelar den kvinnliga huvudrollen i Julius Malmströms uppsättning av Annie på Nöjesteatern i Malmö.



Tre gånger Eva Rydberg och Claes Malmberg i soloupplaga inför uppsättningen av Annie i Malmö.

och satsar bara på säkra kort. Jag önskar att fler skulle öppna ögonen och tänka långsiktigt.

– Då skulle jag som producent våga satsa på föreställningar som tilltalar en ny publik och en ny kundkrets för bussföretagen, säger han lite långtansfullt.

Han säger sig t o m se fram mot att en dag boka popband till pensionärsträffar.

– Och tänk vilket helvete det blir på pensionärshemmen när det visar sig att man inte har ljudisolerat lägenheterna tillräckligt. Och plötsligt kommer en hel generation av pensionärer som har vuxit upp med rock, pop och disco och drar på sin favoritmusik på full volym, skrattar Julius.

Skratt och glädje

Han skulle gärna utveckla samarbetet med bussbolagen mer. I Julius kundregister finns 100 – 150 bussbolag, dvs bara en liten del av landets alla bussresearrangörer.

– Var finns de andra, frågar han sig.

– Jag skulle vilja att de var lite mer synliga för oss producenter. De är välkomna att höra av sig till mig med egna idéer så att vi kan göra något gemensamt.

Mer feedback från bussbolagen är något som Julius önskar sig.

– Det är skojigt när man kan ordna sammankomster där vi producenter och bussbolagen kan mötas. Helst ska det vara vid något annat tillfälle än under TUR-mässan. Då är det så

mycket annat som pochar på uppmärksamhet och tiden vill inte räkna till.

Med mer än trettio års arrangörsvksamhet bakom sig har Julius Malmström lärt sig vilka ingredienser som krävs i en föreställning eller en konsert för att den ska gå hem hos bussbolagen och deras kunder.

– Skratt och glädje. Ytterst få kör till något som slutar i moll. Människor måste hänföras, säger han bestämt.

Han lyfter fram musikalen Kristina från Duvemåla som exempel.

– Det är nog inte många som egentligen tyckte att själva musikalen var så fantastisk. Men när Peter Jöback sjöng "När guldet blir till sand" hänfördes publiken.

Musikalen Annie har, säger Julius, många av de ingredienser som behövs. Inte bara därför att där bjuds till både skratt och glädje.

– Jag tror också att man som publik ska kunna se lite grann av sig själv i en musical. I Annie är det lätt att identifiera sig med den småtuffa, men samtidigt charmiga flickan Annie.

Här ligger också, tror Julius, förklaringen till att en av de bästa moderna musicalerna på flera årtionden, A Chorus Line, floppade bland bussbolagen när den sattes upp på Oscars i Stockholm. Publiken kunde inte identifiera sig med någon av rollfigurerna på scenen. Det kunde man i New York eller London.

Det gäller alltså att träffa rätt – annars blir det dyrt för producenten

och arrangören, hur bra man än tycker att föreställningen är.

För Julius Malmström är hans uppsättning av Victor Victoria med Jan Malmström ett sådant misslyckande.

– Jag tycker fortfarande att föreställningen är den bästa jag någonsin gjort. Men ekonomiskt var det en rejäl flopp.

– Den gick bra i Malmö, floppade totalt i Stockholm och kom inte ens in på Storan i Göteborg därför att teatern såldes och de nya ägarna inte ville ha

uppsättningen. Som marginalerna ser ut i branschen finns det egentligen inte något utrymme för misslyckanden.

– Vi kan inte chansa med de pengar som det handlar om. Strängt taget krävs det nio framgångsrika uppsättningar för att rädda ett misslyckande, förklarar Julius.

Konserter

Förutom musicaluppsättningar på Nöjesteatern i Malmö som Julius driver dominerar konserter verksamheten. Den julifredag vi träffas är han medarrangör till konserter med såväl Lasse Berghagen som med Magnus Ugglå, Lena Philipson och Darin.

Långt innan han började arbeta med teateruppsättningar var konserter det enda Julius arbetade med. Listan på berömda artister som han arbetat med är nästan oändlig:

Abba, Roxy Music, Paul McCartney, Ulf Lundell, Kiss, Gyllene Tider, Motorhead, Elton John, Depeche Mode, Manhattan Transfer och några hundra till.

Hos bussbolagen är jul- resp nyårskonserterna populära. I år är det sextonde året som Julius arrangerar sin julkonsert.

– Och ändå tycker jag inte om traditioner. I fjol hade vi 28 konserter på 25 dagar. Det var en fantastisk upplevelse med 50 personer som trivs tillsammans, fungerar tillsammans och jobbar stenhårt tillsammans.

– Då går det bara inte att sluta. Då måste man fortsätta.

Och det gör Julius.

Om några årtionden svänger det säkert också på pensionärshemmet.



Alla säsongens uppsättningar från Julius som flittrande neon på Londons Piccadilly Circus. I sanningens namn ska det sägas att det ligger lite fusk bakom bilden som är famtagen för en presentation av företaget vid en träff för nöjesindustrin. Förra året lånade Julius Times Square i New York på samma sätt. "Man måste ju få skoja", säger Julius Malmström själv.