



Marcus Pettersson
Ägare av Rundfunk Media AB

VECKANS LJUDPROFIL

#16

2021-02-28 08:54 CET

Veckans ljudprofil - Marcus Pettersson

Hej Marcus! Du arbetar som producent och projektledare idag inom både ljud, tv och webb och är även ägare av Rundfunk Media. Kan du berätta lite om din bakgrund så att de som tar del av denna intervju lär känna dig bättre?

Jag minns mitt första minne. Från ingenstans tittar jag ner på ett par händer som håller i ett styre på min trehjuling. Tydlig första tanke: Jag finns, vad är jag? Jag får panik och springer in till min mor i huset på Råå. Min första och ännu så länge enda existentiella kris, men som å andra sidan håller i sig än idag. Att minnas dagen jag blev självmedveten. Vad fanns innan det?

Började min kulturgärning redan i ungdomsåren i Helsingborg då jag var med

och startade några olika föreningar; en teatergrupp, en filmgrupp och ett gäng som organiserade konserter på en fritidsgård. Flyttade till Göteborg där jag efter väldigt många poäng i religionsvetenskap bytte till JMG, blev journalist och flyttade till Stockholm. Efter knappt tre år på UR hamnade jag i LAS förlovade land, frilansade med högt och lågt innan jag 2013 blev en del av Rundfunk Media.

Vilka är dina drivkrafter i ditt yrkesliv?

Jag skulle vilja säga att det är passionen för journalistik. Att jag vill lära mig nya saker, ha roligt, sprida glädje och kunskap. Fast, själva motorn är nog snarare att jag snöar in. Jag blir väldigt engagerad och lägger mycket fokus och tid på mitt arbete. Då underlättar det såklart att jag brinner för det jag gör, så därför kan jag vara lite picky med vilka projekt jag väljer att arbeta med.

Om du får göra en hisspitch för ditt företag och det ni erbjuder här på max tre meningar. Vad skulle du säga då?

Det lilla produktionsbolaget med stort engagemang. Fan vad det lät lökigt. Vi är ett litet bolag som arbetar med få kunder åt gången, och då vi väljer produktioner vi brinner för är vårt engagemang ofta lika stort som våra kunders.

Ni har gjort flera fina produktioner – finns det någon som du är extra stolt över?

Projektet Dropouts som vi gjorde för UR i samarbete med MUCF, Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (då Ungdomsstyrelsen, men varför ha kvar ett så enkelt namn.) Det var ett mastodontprojekt som vi arbetade med i två år från idé, pitch och sälj till genomförande, och som släpptes våren och sommaren 2014.

Projektet handlade om gymnasieavhopp och hur man ska få tillbaka ungdomar till skolan och bestod av en teveserie, en radioserie och en magasinsserie. Radioserien Skolan som förlorade mig var sex personporträtt av nu vuxna människor som hoppade av skolan som unga, och sändes i Sveriges radio. I tv-serien Dropouts följde vi under en termin två projekt som arbetade med ungdomar som var på väg, eller redan hade hoppat av skolan.

Serien i sex delar visades i SVT, och dagen efter avsnittet sänts så låg det ett gäng ex av tidningen Dropouts som vi också producerade i lärarrummet på nästan alla skolor i hela Sverige, med fördjupningar i de frågor vi pratat om i tillhörande avsnitt.

Anledningen till att jag är extra stolt över just detta är att jag minns känslan jag fick när vi gjorde en presentation av projektet under Almedalsveckan 2014. Det var avslutningen på två års hårt arbete, och jag stod där som producent och projektledare för produktionen och tänkte bara wow. Det gick. Vi var ett litet bolag med stora visioner om ett crossoverprojekt, arbetade nio månader med att försöka övertala folk om att det var en bra idé, som vi sedan genomförde under ett år.

Det var väl där någonstans idén om Tänk stort föddes. Att det går att sikta på stora projekt och stora samarbeten. (Sen har ju erfarenheten både före och efter det visat att det i de allra flesta fall inte alls går, men nu håller vi oss till solskenshistorierna tycker jag.)

Tack för att du delade med dig, förstår att du är stolt över denna viktiga produktion. Vilken av era produktioner är det som har varit mest framgångsrik?

Personligen tycker jag att min mest framgångsrika saga är den om podcasten Har vi åkt till Mars än? Framgången gäller varken mängden pengar vi tjänat eller antalet lyssnare vi fått, men den är det absolut roligaste jag gjort i mitt yrkesliv. Och även om vi inte har de flesta lyssnarna så har vi garanterat de bästa.

Har vi åkt till Mars än? är en egen produktion som jag gör tillsammans med min sambo Susanna Lewenhaupt som är VD för Beppo Ljudproduktion. Vi jobbar alltså båda med ljud på olika sätt, och vi producerar serien med hjälp av våra respektive bolag som lånar ut teknik och kanske framför allt vår tid så vi kan arbeta med serien. Vad är det som gör serien till det roligast jag gjort? (Förutom att jag får åka jorden runt tillsammans med min sambo och intervjua astronauter, professorer, raketingenjörer och massa andra människor som är mycket smartare än mig?) Jag lär mig så otroligt mycket, och lär känna väldigt mycket spännande människor.

Våren 2017 var jag och Susanna på en föreläsning med NASA om odling av mat i rymden. Där och då bestämde vi oss. Vi ska lära oss mer om rymden!

Eftersom bästa sättet att lära sig är att lära ut till andra, och eftersom vi jobbar med radio så föll det sig ganska naturligt att göra en podcast. Under två år arbetade vi med idén. Vi pratade med radiokanaler och den svenska rymdindustrin. Tyvärr var det ingen som hade möjlighet att finansiera välproducerad radio om rymden. Så kom januari 2019, året för 50-årsjubileet av månlandningen. Då vi fortfarande inte fått några finansiärer av vår serie så bestämde vi oss för att betala ur egen ficka. Serien Har vi åkt till Mars än? var född. Sedan starten har vi pratat med de bästa inom forskning och industri för att svara på frågor om lagar i rymden, ljusets hastighet, liv i rymden, exoplaneter, rymdskrot och mycket mer.

Efter ett och ett halvt år av stort engagemang med både tid och pengar började vi känna oss ganska så less på att ingen ville satsa på oss. Pengarna och orken var slut. Men så sommaren 2020 nådde vi första milstolpen. Rymdstyrelsen beställde serien **Den internationella rymdstationen**. 10 avsnitt om ISS som vi släppte i samma poddkanal som Har vi åkt till Mars än? Ett bra sätt för Rymdstyrelsen att slippa skapa sig en publik från grunden; de fick våra, redan rymdintresserade lyssnare på köpet. Hösten 2020 nådde vi andra milstolpen då Sveriges Radio beställde serien **Rymdprogrammeti P4**. Fyra avsnitt baserat på tidigare HVÅTMÄ-innehåll.

Det var två framgångar, inte bara för oss tror jag, utan i stort. Dels att en kund beställer en ny produkt men vill sända den i samma flöde som vi redan har. Dels att Sveriges Radio köpte in material som redan sänts under annat namn tidigare. Båda kändes väldigt stort för oss. Sen fick vi även Astronomisk Ungdoms hedersstipendium 2020 för serien vilket var, om möjligt än större.

Nu hoppas vi på att fler får upp ögonen för vår serie och allt häftigt som händer i rymden framöver så att vi får möjlighet att fortsätta. För tyvärr, hur kul det än har varit så är barnens collegefond tömd nu, så vi kan inte bara gå på lust längre. Men man kan ju tycka att nån borde vara intresserad av att stå bakom Sveriges bästa rymdradio!

Verkligen ett mastodontarbete! Jag hoppas att fler uppmärksammar detta inom kort så att ni kan fortsätta att producera den. Vad skulle du säga är den största utmaningen med producentrollen?

För mig är det sälj, vilket ju kanske inte är svaret på frågan eftersom i en perfekt värld så ingår inte det i producentjobbet. Men som litet bolag blir det en roll alla får ta på sig. Annars är mitt stora problem att stänga av. Jag kan

ha svårt att inte ta med mig arbetet hem över kvällar och helger. Än större nu när det mesta arbete sker hemifrån, men även tidigare då stora delar av min fritid går åt till att snöa in i det ämne jag arbetar med för tillfället.

Om du får nämna ett minne under din ljudkarriär som varit extra betydelsefull för dig, vad skulle det vara?

För några år sedan höll jag och två kollegor en kurs i dokumentärt radioberättande för en grupp journalister i Minsk. Läget för journalister i Belarus var då, liksom nu, inte skitbra och vi var där undercover i samarbete med en svensk och en lokal organisation. Utbildningen i sig var väldigt odramatisk, vi var där en gång på våren och en gång på hösten och handledde där emellan deltagarna på distans när de producerade varsin radiodokumentär. Men deras berättelser var alla väldigt spännande och gav en inblick i olika aspekter på livet i Belarus.

Flera av deltagarna blev jag vän med och har fortsatt kontakt med, och senast idag fick jag meddelande om att en av dem fängslats i Minsk. Så om man ska peka på något betydelsefullt så är detta ett exempel på hur upplevelser i karriären skapar inte bara minnen men också känslor och relationer som håller i sig länge och som påverkar en långt efter att arbetet är utfört.

Verkligen. Och må det gå väl för din vän också, förstår att du är orolig. Det låter som en väldigt givande upplevelse du och dina kollegor fick vara med om genom att undervisa i Minsk. Vad skulle du säga att dina främsta tips är för att skapa en framgångsrik ljudproduktion?

För hemmasnickaren: Ha en **idé** som du tror på och skaffa två bra mikrofoner. Jag har väldigt svårt för poddar som går ut på att två personer bara sitter och babblar oplanerat om ingenting. Babblar de dessutom med dåligt ljud så.. Men jag vet ju också att vissa av de största poddarna är just babbelpoddar, så det är uppenbart att det är jag som har fel.

För företagaren: Be om hjälp. Det är många (om inte alla) som idag vill ha en egen podd. Och jag tror att de flesta företag har något intressant att berätta. Hade de inte varit framgångsrika inom sitt område hade de inte funnits kvar. Men de flesta företag är inte experter på ljud. Fast det finns några som är, så vänd er till dem! Det kan vara att ni lägger hela er marknadsbudget på ett mastodontprojekt, eller så ta in någon i uppstarten som hjälper er att komma igång. Bettan och Nisse på ekonomiavdelningen är säkert jätteduktiga på att

göra podd och kan lägga några timmar i veckan på det, men de är i de flesta fall antagligen bättre på just ekonomi.

Vad skall man inte göra?

Lägga ett år av sin tid på obetalda projekt, det är oerhört sällan värt det. Å andra sidan, de gånger det är värt det är belöningen väldigt stor. Synd bara att man inte vet på förhand vilka satsningar som ska gå hem, jag tycker ju tex att alla mina idéer är briljanta! Nej, herregud vad många dåliga idéer jag haft genom åren. Men en dålig idé är också en idé.

2020 har ju för många varit ett tufft år i och med den pågående pandemin – hur har ni påverkats under denna period?

Som bolag har vi påverkats i och med att många kunder har blivit försiktigare med att beställa, men heller inte har möjlighet. Jag har skickat några mail till personer som jag samarbetet länge med, och första svaret har varit ett autosvar om att de är korttidspermitterade. Sen påverkar det såklart även andra när vi får färre uppdrag. Vi har ett gäng frilansare som vi samarbetat länge med, och det är väldigt tråkigt att vi nu är i en period där vi inte har samma möjligheter att ta in dem.

Sen har det också lett till att kvaliteten på våra produktioner blivit lidande och i många fall tråkigare att göra. Att vi inte i samma utsträckning kan resa och träffa medverkande i produktioner är svårt för mig som tycker att det personliga mötet är allt. Och även om det idag finns flera bra tekniker för att göra intervjuer på distans så blir ljudet aldrig lika bra som i en studio eller inspelning på plats. Och dynamiken som uppstår i ett samtal med en person man träffar är svårt att få till med en telefon.

Vad ser du som de största utmaningarna i ljudbranschen idag?

Att få beställarna att förstå att man inte alltid behöver ta den enklaste vägen. Nu kanske jag skjuter mig själv i foten här, men det vore ju kul om man nån gång när man pitchar förslag inte fick svaret: Jättebra, men har ni ingen True Crime-serie. True Crime är jättespännande och har sin miljon lyssnare, men det betyder också att vi har 9 miljoner invånare som gärna lyssnar på nåt annat. Att nå ut till dem är inte lätt, det är ingen homogen grupp, därav utmaningen, men jag tycker att det borde satsas mer på för att nå ut till nya,

om än mindre grupper. För även om det idag går att hitta podcasts om exakt allt, så är det långt ifrån kvalitet i allt.

Som exempel så är det inte jättekostigt att de första stora satsningarna på radiodrama i Sverige gjordes av Sveriges Radio. De styrs inte av reklamintäkter och sponsorer som bara vill ha det mest lönsamma, vilket absolut inte radiodrama är. Därför är det kul att se att flera av de andra stora bolagen idag börjar satsa på drama, och försöker få Pengarna (*kunderna/sponsorerna/investerarna*) att förstå att radiodramalyssnarna är bra lyssnare och en växande grupp. Det händer mer och mer hos storbolagen och förhoppningsvis vågar de i framtiden satsa än mer på nya vägar och produktionsätt utan att vänta på att Sveriges Radio ska vara försökskaniner.

Ja, utvecklingen går glädjande framåt och det finns en stor efterfrågan för mer nischade poddar, utmaningen är ju så som du säger att för kommersiella bolag som är beroende av reklamintäkter så blir det ett lite moment 22. Om vi ser till den årliga tillväxten för podcast så har den de senaste 5 åren legat på 15% samt med en veckoräckvidd på 31% av befolkningen. Digitalt ljud i helhet (musikstreaming, podd och ljudböcker) har under samma period växt med 6% och når nu hela 64% av befolkningen vilket är riktigt roligt. Hur tror du att det ser ut om ytterligare fem år och vad hoppas du på att se mer av?

Oj vad svårt. Men om jag får gissa så tror jag att ökningen fortsätter uppåt för att förr snarare än senare plana ut nånstans kring 100 procent av befolkningen. Framtiden ser ljus ut för ljudbranschen eftersom ljud kommer vara än mer tillgängligt än det är idag. Ditt smarta hem kommer samla på sig alla familjemedlemmars favoritlyssning och lätt startas med röststyrning, även av treåringen. Din smarta bil kommer ha samma koll, och om du vill, pausa ditt ljud för trafikinformation vare sig du lyssnar på ljudbok, podd eller P2 på hemväg. Fan, ditt kylskåp och din tröja kommer veta vad du vill lyssna på, och sätta igång det, innan du själv vet det. Och samtidigt som utbudet blir större så blir kvaliteten bättre, så det kommer på riktigt att finnas något välproducerat för alla.

Vilken podd- eller radioproduktion vore en dröm för dig att göra?

Drömmen för mig är att kunna göra Har vi åkt till Mars än? som ett paraplyprojekt för en större satsning om vetenskap, rymd, teknik, miljö och klimat. Att i samma poddkanal samla flera serier under samma tema och identitet men i olika format och stilar. Varannan vecka släpps i kanalen ett

entimmesavsnitt av Har vi åkt till Mars än? med svenska rymdindustrin som avsändare. Varannan vecka släpps en 30 minutersserie om framtidens transportmedel i samarbete med ett bilmärke. Varje vecka släpps 5 minuter rymdnyheter i samarbete med Astronomisk ungdom. En vecka släpper vi en miniserie i tre delar om solceller, och en annan vecka en tvåtimmarsdokumentär om robotar.

Dels vill jag göra det för att det är kul och jag gillar stora projekt, och dels för att det inte riktigt gjorts tidigare och jag vill visa att det går.

Vad lyssnar du på i dina hörlurar när du inte arbetar och får lite tid över?

När jag rör på mig eller kör bil själv lyssnar jag på ljudböcker eller podd, och brukar köra varannan fiktion och varannan fakta. (Dock har jag för närvarande fastnat i the Expanse-serien på runt 8 gånger 20 h, så där har jag lite kvar att göra.) När jag återvänder till faktainnehållet blir det oftast nåt inom astrofysik eller esoterism.

När jag lyssnar aktivt på musik berättade Spotify för mig att jag i alla fall förra året lyssnade mest på Lana del Rey, Kate Bush, Rammstein och, med viss hjälp av yngre familjemedlemmar, the original Baby Yoda Songs. Jag lovar, det är inget originellt med dem.

Kan du berätta något om dig själv som kanske många inte redan vet?

Jag frågade min sambo. Enligt henne har jag Storstockholms intressantaste bakdel. Jag vet inte vad det betyder, och heller inte hur den står sig mot andra regioner.

Haha ok! Det var rätt otippad information. Är det något mer som du skulle vilja tillägga kring ljud som du vill dela med dig av?

Bara att jag ser väldigt mycket fram emot när den här skitpandemin är över så att vi kan få höra lite ljud på riktigt igen. Jag saknar sorlet på krogen, publiken på en fotbollsmatch, barnens körframträdande och basen som dunkar i bröstet på en livekonsert.

Marcus intervjuades av **Anki Apreotesei**, product Specialist på **Bauer Media**.

Bauer Media är det självklara mediehuset för ljudbaserad underhållning. Vi ger dig plattformen, nätverket och möjligheterna att utveckla din talang, förverkliga dina idéer och göra din röst hörd. Med vårt breda utbud underhåller vi hela Sverige, on air, online och on demand med **Podplay** och **RadioPlay** - våra plattformar för tusentals populära podcasts.

Vi är en del av **Bauer Media Group**, finns i åtta länder; Sverige, Norge, Danmark, Finland, Polen, Slovakien, Irland och Storbritannien och når mer än 55 miljoner lyssnare varje vecka. Vi är störst i Europa i digital och kommersiell audio. Vi skapar innehåll som når fram och låter människor uppleva ljudets kraft och möjligheter. Vi kallar det ljudeffekten.

Kontaktpersoner



Maja Thomhave

Presskontakt

Press Manager

Bauer Media

maja.thomhave@bauermedia.se

070-556 47 30

08-450 33 00