

Konsten som hänger med

Allt fler företag gör sig av med sina konstsamlingar. Men kontorsväggarna blir inte kala för det. De senaste åren har intresset för att hyra konst ökat kraftigt – vilket lockar nya aktörer till branschen.



UTVALT. Till Ray Search Laboratories huvudkontor i Stockholm har Kerstin Lord från Åmells konsthandel hyrt ut ett tjugotal verk.

Väntrummet på det börsnoterade medicinteknikbolaget Raysearch laboratories går i grått. Men från väggen strålar färgerna ur Jorma Puranens fotografi.

”Han har fotograferat spegelbilden av ett landskap mot en högblank svart skiva”, förklarar Kerstin Lord, kurator på Åmells konsthandel.

När börsbolaget flyttade till nya lokaler i februari tog det konsthandels hjälp för att få konst på väggarna. Resultatet blev en blandning av olika verk med betoning på

fotografi, där både Gunnar Smoliansky och Tova Mozzard har fått plats.

I åtta år har Åmells konsthandel hyrt ut konst till företag. Det gör bolaget, som även driver galleri vid Stureplan, till ett av dem som har verkat längst i uthyrningsbranschen.

”Vi upptäckte att det fanns en marknad för uthyrning när flera av grundaren Verner Åmells bekanta hörde av sig och ville låna ur vår stora samling av både samtida och äldre verk till sina kontor”, säger Kerstin Lord.

De ville ha konst på väggarna, men hade varken kunskande, råd eller vilja att binda upp sig med dyra konstinvesteringar. 2007 var det två företag som hyrde, i dag finns verk från konsthandeln hos ett fyrtiotal företag.

”Utifrån företagets behov, önskemål och budget föreslår vi konst och var den kan placeras. En rekommendation är till exempel att ha konst i entrén i stället för företagets logga.”

Varför då?

”Gäster vet redan att de besöker dig, så med en väl vald bild kan du ge ett intryck av företaget i stället. När Idea, som arbetar med demokratiutveckling under UD, var kund hos oss hängde till exempel Hans Geddas porträtt av Nelson Mandela i deras reception. Det var mitt i prick.”

Generellt hyr företagen samma verk under flera år, även om möjlighet finns att byta ut det om man tröttnar eller inte tycker om verket längre. Priset för ett års uthyrning är 10 procent av marknadsvärdet, det vill säga konst som är i ropet är dyrare än sådan som inte är det.

”Just nu är samtidskonst och fotografier väldigt hett, både på marknaden och hos företagen, medan abstrakt och konstruktivistisk konst har blivit mindre modern. Vad man väljer är en smak- och budgetsak, men med det senare får man inte sämre konst för pengarna”, säger Kerstin Lord.

Att intresset för att hyra konst har ökat de senaste åren, beror, enligt Kerstin Lord, på att den så kallade delningsekonomin, dit bland annat övernattningstjänsten Airbnb räknas, har gjort oss mer vana vid att hyra och dela på outnyttjade resurser. En annan förklaring är att företagen är mer pressade ekonomiskt.

”Förr var det vanligt att stora företag köpte in konst, men det är dyrt och svårt. Dessutom är risken stor att konsten förlorar i värde. Jag har själv gjort många inventeringar hos bolag där någon köpte in en massa konst på 1980-talet som i dag känns mossig. Det vill man undvika, därför hyr man i stället.”

Intresset sammanfaller också med att flera stora företag de senaste åren har avyttrat sina konstsamlingar. Bland annat har verk som tidigare tillhörde läkemedelsjätten Astra Zeneca, chokladtillverkaren Marabou och banken Swedbank gått under klubban. Flera andra stora näringslivssamlingar sägs stå på tur.

”När man har både ägare och medier som screenar bolagen och dessutom har tätare vd- och ägarbyten söker allt fler företag en mer flexibel lösning”, säger Karolina Bertorp, vd för och grundare av Moderna samlare.

Hennes bolag är ett av de nyare på marknaden. På tre år har hon byggt upp en kundbas med 15 företag som hyr konst för 12 procent av marknadsvärdet per år. I det ingår också en köption som tillåter företaget eller de anställda att köpa verk de gillar. ”Vi blir ofta kontaktade när ett företag just har flyttat. Med nya lokaler och nya möbler vill man inte hänga upp samma planscher man hade på förra stället.”

Beroende på om det är en advokat- eller pr-byrå föreslår hon olika typer av verk. I det ena fallet kanske det blir mer kontemplativa verk, i det andra en tavla eller skulptur som väcker diskussioner.

”Konst blir ett fint sätt att visa företagets intresse för samhället och inte bara ens egen lilla bransch.”

FAKTA ATT TÄNKA PÅ VID KONSTHYRNING

Vad konsten ska kommunicera. Beroende på om det är anställda eller besökare som konsten riktar sig till kan den ha olika budskap.