

*"Det är inte det nya i konstverken som hindrar förståelsen, utan det gamla i människorna."*

ELMER DIKTONIUS

KONST

# Samtida samlare

– EN ANNORLUNDA AFFÄRSIDÉ

Hennes konstkunniga föräldrar grundlade intresset, men senare såg Karolina Bertorp att det fanns en lucka att fylla i konstens förvirrande värld. Idén bygger den moderna konstsammlaren – från grunden.

TEXT ANDERS OLOFSSON

● SÄG "KONSTSAMLARE", OCH bilden av en medelålders, vit man med hornbågade glasögon och lätt avmätt konässörblick tonar fram. En person som rör sig lika hemvant i auktionshusens salonger som på de hipa huvudstadsgallerierna. Som syns, men inte alltför mycket. Hans pengar och hans välvalda inköp talar för sig själv. Men kanske är något på väg att hända?

Sedan början av året driver Karolina Bertorp företaget Moderna Samlare. Moderna Samlare har som affärsidé att fungera som konstrådgivare åt alla - företag såväl som privatpersoner - med intresse av att lära sig mer om samtida konst för att inspireras till att köpa verk av bra konstnärer. Man tar gärna rollen som "personal shopper" åt den som vill hitta prisvärda konstverk som matchar den egna smaken, men Moderna Samlare arbetar även med att hyra ut konstverk, ett bra sätt att starta för de företag och privatpersoner som vill prova sig fram.

Företaget är i grund och botten ett lust-

projekt, fött ur Karolinas dubbelsidiga intresse för såväl konst som marknadsföring.

– Jag har pluggat både ekonomi och konstvetenskap och arbetat på institutioner som Liljevalchs och Kulturhuset. Jag har också jobbat med marknadsföring i näringslivet. Konstintresset har alltid funnits där. Min mamma var curator, och den som "återupptäckte" Sigrid Hjertén på 80-talet. Hela min barndom handlade om konst. Vi ungar fick tjata på våra föräldrar för att inte behöva gå på mer än tre museer när familjen var ute på resa...

Idén till Moderna Samlare växte fram när Karolina såg hur många i hennes omgivning som köpte konst – ofta för dyra pengar – av hobbykonstnärer bara för att hitta något som matchade heminredningen.

– Jag slogs att sådana enkla lösningar ofta bottnar i att man kan för lite om konst, och att man inte litat på sin egen smak. Dessutom tror många att man måste ha en

massa pengar på banken för att köpa konst. Men att köpa bra samtidskonst behöver inte vara jättedyrt, åtminstone inte dyrare än ny soffa eller ett designkylskåp. Dessutom får man inte glömma att ett konstverk är något du kan ha glädje av ett helt liv.

Nyckeln till att hitta bra, prisvärd samtidskonst är - som så ofta - kunskap. Därför utgår Karolinas konstrådgivning från en process, där hon tillsammans med kunden tittar på olika typer av konst för att mejsla fram en intresseprofil. Först då blir det tal om att börja leta efter intressanta konstnärer och verk.

– Jag är oerhört tydlig med att det handlar om ett samarbete. Jag talar INTE tvärsäkert om vad kunden "bör" köpa, av den enkla anledningen att jag inte tror att man ska spekulera i konst. Varken jag eller någon annan kan säga vem som blir nästa stjärna på konsthimlen. Vad jag gör är att förklara för kunden hur konstmarknaden fungerar och vad som krävs för att lyckas



Karolina Bertorp. Uppväxt med konst och aktuell med ett annorlunda företag.



SID.  
Konstnär: Lena Johansson  
Foto: Andrej Schiptjenko

som konstnär och synas på konstscenen. Sådant som bra utbildning, ett bra och aktivt galleri, uppmärksamhet från kritiker och andra faktorer. Och viktigast är ändå att man måste älska de verk man köper.

**Men hur vet man vad som är "bra konst"?**

– Det finns ingen "quick fix" som fungerar här. Det enda sättet är att titta på konst så mycket man kommer åt. När jag hyr ut konst till privatpersoner eller företag märker jag ofta hur de själva börjar fundera på varför de gillar eller inte gillar vissa verk. Det blir en slags bakväg in i kvalitetsdiskussionen, och snart inser kunden att det finns intressantare verk än dem som han eller hon har för vana att fastna för.

Den svenska konstbranschen är inte stor, och fylld av lojaliteter och lojalitetskonflikter. För Karolina har det från allra första stund varit viktigt att inta en objektiv position i förhållande till gallerier och auktionshus.

– Utomlands är det vanligt att exempelvis auktionshuset har kundklubbar. Företagelsen börjar bli vanlig även här i Sverige, som Bukowskis Young Collectors. Moderna Samlare samarbetar med både auktionshus och gallerier, men vi företräder dem inte. Mina kunder skall kunna lita på att jag representerar dem, och inte säljaren.

Gallerierna och auktionshuset har under en lång tid haft ett aningen ansträngt förhållande. I takt med att intresset för samtidskonst ökat och den traditionella auktionmarknaden sviktat har auktionshuset börjat ge sig in på galleriernas domän genom att arrangera grupp- och separatutställningar med samtida konstnärer. I England fick denna utveckling sin höjdpunkt 2008, när konstnären Damien Hirst ställde ut separat på Sotheby's i London. På randen till finanskrisen sålde han för dryga miljarden kronor. Karolina menar att det är en genomgripande branschförändring vi bevittnar.

– Den har varit på väg länge, och är efterlängtd. Branschen behöver luckras upp. Jag tror att alla i längden tjänar på att konkurrensen blir tuffare. En känd konstnär som Ernst Billgren skulle säkert kunna göra som Hirst. Sedan beror det förstås på hur förhållandet mellan en viss konstnär och en viss gallerist ser ut. Jag kan exempelvis knappast tänka mig att auktionshuset vill driva några långsiktiga utvecklingsprojekt tillsammans med konstnärerna.

– Man får heller inte glömma bort att kunderna vill känna sig trygga. Det finns kunder som ser sig själva som auktionsskunder, de gillar stämningen i auktionslokalen. Då är det bra att de exponeras för annan konst i en miljö de känner sig hemma i. Det tjänar även gallerierna på. Den totala marknaden växer.

I Sverige är det ingen som höjer på ögonbrynen om en person med god kassa exempelvis köper en lyxyacht eller investerar i ett fotbollslag. Mätt i kronor och ören är