



Caroline Asplund
och Helene Duhs
Bakgrund:
Konstintresserade
med bakgrund
inom PR-, informa-
tions- och reklam-
världen.

De vill sälja konst till vanligt folk

En gammal kyrklokal på Kungsgatan har blivit stormarknad för konst för en vecka. Här blandas korsstyggn, fotografier, flödiga oljemålningar och klurig keramik – allt säljs till priser för vanligt folks plånböcker.

Folkkonst: Utställningar i oktober 2007 och april 2008. Nästa utställning är planerad till oktober 2008. Mer om Folkkonst, anmälan och sponsring hittar du på www.folkkonst.se.

Fler projekt: "We care" är ett projekt som Caroline och Helen håller på att bygga upp. Tanken är att företag tillsammans med allmänheten ska engagera sig för olika samhällsgruppers behov av stöd. Projektet Läxhjälpen som drivs av studentportalen Lycknis är ett bra exempel. I projektet hjälper studenter högstadiel elever att nå slutbetyg. Hjälpen är helt gratis, men läxhjälparna, det vill säga studenterna, får ändå en extrainkomst genom företags sponsring. Helen och Caroline har hjälpt till att marknadsföra Läxhjälpen och skapa kontakter mot näringslivet.

– Det ska vara lite tjolahoppigt, men ändå seriöst. En blandning av högt och lågt. Konstverken får gärna krocka för att skapa intresse och nyfikenhet. Och här ska man kunna handla med hjärtat.

Det säger Caroline Asplund och Helen Duhs, båda konststälkare, entreprenörer och humanister.

När FO-KO, eller FolkKonst, ställer ut är det ganska långt ifrån ett traditionellt galleri. Här hänger konstverken tätt och de röda runda lapparna som markerar att verken är sålda saknas.

Regntunga vemodiga fotografier från Färöarna sitter sida vid sida med närgångna kvinnoporträtt i flödig olja och gnetigt broderade korsstygntavlor. Allt är upplyst av ett dagsljus som flödar in från de sex, sju meter höga fönstren. I slutet av 1800-talet var den 1 000 kvadratmeter stora lokalen samlingspunkt för Andra Kristi vetenskapliga kyrka.

Utställningen pågår under lite drygt en vecka och besöks av 300 till 400 besökare per dag. Många kommer tillbaka fler gånger för att hitta sitt favoritkonstverk. Här ska det ska gå att köpa ett original för 2 000 kronor.

– Man skulle ju gärna vilja ha en Grünewald på väggen. Men tyvärr passar det inte min och många andras plånböcker, säger Helen Duhs.

En av förebilderna till FO-KO finns i Berlin och heter Kunst Market. Där säljs konst i en affär. Konstverken står uppradade på hyllor och så fort något säljs i kassan kommer nya konstverk upp.

Konstnärerna hittar Helene och Caroline på olika konstskolor runt om i Stockholm. De affischerar på Konstfack, Idun Lovéns målarskola, Basis, Stockholms konstskola och andra konstskolor, men också i butiker för konstnärsmaterial – för att nå fritidsmålarna.

Succé första året

Första året höll de till på Regeringsgatan i en lokal där man numera säljer surflkläder. Utställningen blev en succé och redan innan öppningen stod folk på kö för att få komma in. Tv-team från SVT och TV4 bevakade utställningen och både press och radio hakade på.

Under vårens utställning föddes en ny konststjärna:

– Anna Lindberg sålde slut på sina ymnigt målade kvinnoporträtt på 20 minuter. För att möta marknadens efterfrågan fick hon måla kvällar och nätter och kom med blöta dukar morgonen där på. Och det är inte bara Anna som har fått sitt genombrott på FolkKonst, berättar Caroline Asplund.

En lämplig lokal är en av framgångsfaktorerna för FolkKonst. Det kan kännas lite

pirrigt när det bara återstår några veckor till utställningen och 50 konstnärer är uppbookade.

I år fick Helen och Caroline tips om Svenska Bostäder.

– När Caroline och Helen såg lokalen blev de alldeles saliga, berättar lokaluthyrare Peter Rask.

Jakt på sponsorer

För att få ekonomin att gå ihop har Caroline och Helen ägnat åtskilliga timmar till att jaga sponsorer. Och förvånansvärt många företag inser goodwillvärdet. Arlanda Express sänder en reklamfilm för FO-KO på flygplatsen och tåget in till Stockholms city. En gratistidning annonserar om utställningen, ett hyrbilföretag med smartcars har utställningens logga på sina bilar. Fagerhult Retail har ordnat belysningen och andra företag sponsrar el, konstnärsmaterial, möbler med mera.

Även bland konstnärerna växer intresset för FolkKonst. I år stod 120 konstnärer i kö och till höstens utställning står 250 i kö.

För många konstelever är det första gången som de möter marknaden.

– Här får de möta en publik, fundera på tidsåtgång och diskutera priser, något som inte ges så mycket utrymme till under utbildningen, säger Caroline. /LARS BERGSTRÖM