



Kunstneren Sunny Asemota fik opgaven med at udsmykke de mange safebokse ved receptionen på Ibsens Hotel. Kunstneren trådte sine ungdomssko i Nansensgade-kvarteret.

Lad **kunsten** løfte din forretning

Når hotellet, restauranten eller caféen skal skille sig ud fra konkurrenten, vælger flere og flere kunsten som værktøj. Hvis kunsten bliver tænkt rigtigt ind i indretningen, kan den give forretningen en skarp profil og samtidig sikre kunden en totaloplevelse.

” Vi ville gerne invitere Nansensgade ind på hotellet.

Kirsten Brøchner

Ibsens Hotel i Nansensgade i København var blevet lidt 'træt', så det var på tide med en renovering, fortæller hoteldirektør Kirsten Brøchner. Men i stedet for at vælge den klassiske løsning, hvor man ringer til en hotelarkitekt og et møbelfirma, skulle der ske noget anderledes.

”Vi har altid haft en følelse af, at Nansensgade er en skøn gade med nogle særlige talenter rundtom i baggårdene, og det ville vi på hotellet gerne være en større del af,” forklarer Kirsten Brøchner.

”Vi ville gerne invitere Nansensgade ind på hotellet. Så vi gik op og ned ad gaden og bankede på vinduerne og snakkede med de lokale handlende,

På Restaurant Kokkeriet er det Marco Evaristtis udfordrende værker, der sætter scenen.



FOTO: THOMAS STEEN SØRENSEN



Jane Løvschall Dolmer fra IN SITU Kunstrådgivning fremhæver Karrierebar i Kødbyen som et fremragende eksempel på, hvad man kan opnå med kunst i indretningen.



Når niveauet er højt på tallerkenen, så skal der også ekstraordinær kunst i lokalerne for at skabe totaloplevelsen.

Jane Løvschall Dolmer, partner, IN SITU Kunstrådgivning

kunsthåndværkere og antikvaterne. Vi spurgte, om de ville være med til at sætte et fingeraftryk på hotellet, og det var der heldigvis en masse, der gerne ville,” siger Kirsten Brøchner.

Folklore på hotellet

Resultatet er blevet et renoveret Ibsens Hotel, der med direktørens ord har skabt både national og international opmærksomhed. Et slarafenland for kunstlere; safeboksene ved receptionen er udsmykket af kunstneren Sunny Asemota, der er opvokset i kvarteret. Skulpturerne i hotellets foyer er skabt af den lokale kunstner Pia Hutters, og tæpper og tekstiler i lobbyen er skabt af Krestine Kjærholm, der har værksted i Nansensgade.

“Folk synes, det er sjovt og spændende at se den folklore, som har fundet vej til hotellet. Jeg synes, der har været en enormt positiv respons,” siger Kirsten Brøchner.

Ombygningen af hotellet var overstået i 2011, og ved udgangen af 2012 kunne hoteldirektøren se tilbage på et år med en belægning, der ligger over 80 procent.

“Det har været en succes, som jeg både tilføjer renoveringen og selvfølgelig også, at vi har et dygtigt salgshold,” siger Kirsten Brøchner.

Kunst løfter forretningen

At udnytte kunsten til at løfte sin forretning er en tendens, der breder sig i branchen, lyder meldingen fra HORESTA:

“Vi kan se en øget tendens til, at kunst og design bliver stadig mere vigtig, når virksomhederne renoverer og bygger til,” fortæller Peter Mathiasen, der er klassifikationskonsulent hos HORESTA.



På Ibsens Hotel er en række vægge dekoreret med de såkaldte artmoney. Artmoney er et kunstprojekt, som blev startet af den danske kunstner Lars Kræmmer i 1998. Artmoney fungerer som 'pengesedler' og de skabes af registrerede artmoney-kunstnere. Ibsens Hotel er det første hotel i verden, der accepterer artmoney som betaling, og gæsterne kan betale op til halvdelen af hotelopholdet med artmoney.

Din samarbejdspartner når der skal indrettes.



Bænke m/læder fra kr. 2.375,- pr. meter



Konsulentbesøg i hele landet



Vi producerer alle typer diske



Vi udstiller på



B4-018



www.ostergaard-i.dk

Priserne
er excl.
moms



Mulighed
for
finansiering

Østergaard
INTÉRIEUR A/S
Tel. 97 15 31 11

”For mig er det jo et statement. Vi ville have noget exceptionelt, noget modigt og noget unikt.

Sammy Shafi, ejer, Kokkeriet

”Vi ser ofte, at der bliver tænkt kreativt, og at man vælger at binde sin virksomhed sammen med lokalområdet – f.eks. ved at lade lokale kunstnere udstille i fællesarealerne,” siger Peter Mathiasen, der sammen sine kolleger med jævne mellemrum besøger de 400 hoteller og konferenceklassificerede virksomheder.

Tendensen bakkes op af Jane Løvschall Dolmer, der er kunstrådgiver og partner i virksomheden IN SITU Kunstrådgivning.

”Det handler om, at virksomhederne har fået mere fokus på, at man skal profilere sig. At man skal være noget særligt. Det gælder jo om, at man skal skabe noget, folk kan huske. Hoteller og restauranter vil gerne skabe en æstetisk totaloplevelse, og her kommer kunsten ind i billedet,” siger Jane Løvschall Dolmer.

”Kunsten er det visuelle, det æstetiske. Jeg oplever, at virksomhederne gerne vil bruge kunsten til at signalere et budskab. Og samtidig er tendensen, at kunsten skal være mere og mere spektakulær,” siger Jane Løvschall Dolmer.

”Forklaringen er, at når niveauet er højt på tallerkenen, så skal der også ekstraordinær kunst i lokalerne for at skabe totaloplevelsen. Vi ser, at kunsten kommer mere ud på kanten,” forklarer Jane Løvschall Dolmer.

Skræddersyet frem for stangvare

Kunstrådgiveren forklarer, at interessen især bevæger sig imod dét, man kan kalde skræddersyet kunst. Altså, at hotellet eller restauranten inviterer en kunstner indenfor for at lave kunst, der er skræddersyet til lokalet.

”Det fungerer meget bedre, end hvis du går ind i det nærmeste galleri

FOTO: THOMAS STEEN SØRENSEN



På Kokkeriet i København har ejer Sammy Shafi givet billedkunstneren Marco Evaristti meget frie hænder til udsmykningen. Det har resulteret i vovede, sorte latexbilleder med blomstermotiver på væggene og sorte stiger i loftet.



og køber 10 malerier, som du ikke rigtig bruger til noget. Den skræddersyede kunst er unik, og på den måde får du også skabt den unikke oplevelse for gæsten,” forklarer Jane Løvschall Dolmer.

Marco Evaristti i sort

Et ganske nyt eksempel på den skræddersyede kunst kan man møde på Michelinrestauranten Kokkeriet i Kronprinsessegade i København.

Her inviterede ejeren, Sammy Shafi, den kontroversielle kunstner Marco Evaristti til at stå for en total udsmykning af restauranten. Og der er nu sorte latexbilleder med blomstermotiver på væggene.

“Vi har fået en del forskellige reaktioner på indretningen, men uanset hvad man synes om Marco Evaristtis stil, så har vi kun fået positiv respons på, at vi gik ‘all-in, og har taget Marco ind, i stedet for ‘bare’ at hænge noget

kunst på væggene,” fortæller Sammy Shafi.

Kunstneren Marco Evaristti er i brede kredse nok bedst kendt for sin meget debatskabende installation ‘Helena’ fra kunstmuseet Trapholt i Kolding i 2000, hvor 10 akvariefisk var udstillet i blendere, og hvor publikum selv kunne afgøre, om fiskene skulle blendes eller ej.

Exceptionelt og modigt

Nogle restauratører vil måske få sved på panden ved at overlade udsmykningen af restauranten til en så kontroversiel kunstner. Men for Sammy Shafi var der ingen tvivl:

“For mig er det jo et statement. Vi ville have noget exceptionelt, noget modigt og noget unikt. Så for os var der slet ikke nogen alternativer til at lade Marco Evaristti stå for kunsten,” siger Sammy Shafi.

FOTO: THOMAS STEEN SØRENSEN



En detalje fra indretningen på Kokkeriet, hvor Marco Evaristtis værker supplerer de klassiske møbler og tapeterne med harlekinmønstre.

7 GODE RÅD TIL INDRETNING MED KUNST

1.

Pas på med at vælge ‘det forventelige’ kunst. Vælg kunst, der er unik. Vælg noget, der skiller sig ud, så gæsten får noget at tale om ved bordet eller ved indtjekning.

2.

Hvad er stedets identitet? Hvad vil du signalere? Den kunst, du vælger, skal bruges til at højne oplevelsen af forretningens identitet.

3.

Få hjælp fra en ekspert. Ligesom man overlader jobbet med at tegne huse til arkitekter, og mekanikeren får lov til at reparere bilen, bør man søge ekspertbistand, når der skal vælges den rigtige kunst til forretningen.

4.

Overvej, om værker fra den lokale gallerist er det rigtige, eller om du måske bør satse på noget helt andet. Det kan give god mening at bruge værker fra lokale kunstnere, hvis forretningen skal signalere en lokal forankring, men det er måske netop dét, som dine konkurrenter gør.

5.

Tænk kunsten ind i arkitekturen. Det gør resultatet til noget ekstraordinært og særligt. Som f.eks. kunstneren Lone Høyer Hansens udsmykning af restaurant Noma, der sender referencer til stedets molykylære gastronomi. Et andet eksempel er Cathrine Raben Davidsens udsmykning af Nimb Bar, der udnytter stedets rammer.

6.

Hvis du i forretningen vil signalere vovemod, og at køkkenet ‘tænker ud af boksen’, så kan du vælge en kunstner, der er provokerende og kontroversiel. Som f.eks. Marco Evaristti på Kokkeriet.

7.

Pas på med ‘stang-kunst’. Altså vær varsom med at købe 10 forskellige malerier eller reproduktioner på det nærmeste galleri. Du får mere kunst for pengene, hvis du lader en udvalgt kunstner udsmykke din forretning – og du får unik kunst.

Kilde: Jane Løvschall Dolmer, Insitu.dk

På Strandvejen uden for Esbjerg ligger et badehotel, hvor direktøren har forstået, at malerier både fungerer som udsmykning og trækplaster.

Galleri på badehotellet

Hjerting Badehotel ligger ved Strandvejen med flot udsigt ud over Ho Bugt. Hoteldirektør Peter Petersen har stået i spidsen for hotellet i 33 år, og for fire år siden fik han øje på en af de lokale kunstners billeder.

”Jeg var hjemme hos hende og se hendes malerier. Jeg foreslog, at hun, sammen med de andre i kunstnergruppen, kunne udstille i vores café, hvor en stue med havudsigt var blevet indrettet til galleri. Den var de med på,” fortæller han.

Kunstnergruppen består af lokale kunstnere, som udstiller langs den fem kilometer lange kunstrute, der løber langs kysten med små atelierer og åbne værksteder.

Naturen i området

Motiverne er både abstrakte og naturalistiske, hvor der er hentet inspiration fra den smukke natur i området.

”Vi har succes med malerierne. Responen fra vores gæster er god, og de køber også malerier med hjem, når de har besøgt vores hotel. Mange af vores gæster er interesserede i kunst og kultur,” siger han.

Billederne hænger i et galleri, der har tilknytning til pubben på stedet, Shiplinn. Under ombygningen blev der lavet særlige vægge, som er beregnet til ophæng af billeder. Der

er plads til cirka 25 ad gangen. Udstillingen har hidtil kørt på den måde, at en af kunstnerne har udstillet solo i en måned efterfulgt af hele gruppen måneden efter.

”For at vi ikke skal køre træet i det, har vi nu kontaktet en kunstner, som ikke er med i den faste gruppe,” siger Peter Petersen.

Inden kunstnerne får lov til at udstille på badehotellet i det vestjyske, tjekker hoteldirektøren deres cv for at se, hvor de før har udstillet.

”Jeg er ikke interesseret i at få amatører ind,” siger han.

Når en ny udstilling er på plads, holder hotellet fernise-

” Responen fra vores gæster er god, og de køber også malerier med hjem, når de har besøgt vores hotel.

Peter Petersen, direktør, Hjørtning Badehotel

ring. Ved den seneste kom der 90 gæster, som fik serveret drikkevarer og hyggemusik.

Fernisering giver omtale

”Det giver jo også hotellet omtale,” pointerer Peter Petersen.

Efter at Hotel Hjørtning i 2008 blev totalt gennemrestauret og forvandlet til Hjørtning

Badehotel, har Esbjerg Kommune fortsat udviklingen i området med en forandring af strandpromenaden i Hjørtning, så der i hele området i dag er en god sammenhæng mellem stranden, promenaden og badehotellet, som oprindeligt blev bygget 1914.



Hjørtning Badehotel har udnyttet, at hotellet ligger på den vestjyske kunstrute langs vandet. Der udstilles nu lokale kunstnere i caféen.