



Konstnärernas
Riksorganisation.

Rapport

Digitala plattformar för konst 2024

Maria Adenfelt, SWECO

Geska Helena Brečević, Konstnärernas Riksorganisation

Rapport

Konstnärernas Riksorganisation
Ansvarig utgivare: Eva Månsson
Författare: Maria Adenfelt, SWECO
och Geska Helena Brecevic, Konstnärernas Riksorganisation
Grafisk form: Geska Helena Brecevic
Juni 2024
www.kro.se

Förord

Att skapa fler vägar och kanaler för bild- och formkonstnärer att nå ut till köpare i Sverige eller internationellt är efterlängtat. På nätet har antalet digitala plattformar för dessa ändamål ökat avsevärt de senaste åren. Området är under utveckling och framstår lätt som en digital djungel. Att behovet att nå ut är stort betyder också att det är lätt att överskatta plattformarnas egentliga genomslag och bortse från den enorma konkurrens som råder på dem. Det riskerar att göra det både dyrt och ineffektivt för den enskilda konstnären.

I denna rapport har vi skannat av digitala plattformar för försäljning, uthyrning och strömning av konst på nätet 2024 och funnit en rik variation. Innan du som bild- och formkonstnär lägger upp dina verk på en plattform, läs gärna Konstnärernas Riksorganisations rekommendationer på kro.se. Vilka målgrupper har plattformen, hur jobbar de för att nå dem och hur är villkoren för mig som konstnär är därför några frågor du bör ställa dig innan du ingår ett avtal med en plattform.

Vi hoppas att du som läsare ska få inspiration att våga prova de digitala möjligheterna, men också mer kunskap för att kunna vara vaksam på risker och villkor.

Stockholm 5 juni 2024

Eva Månsson

Verksamhetschef

Konstnärernas Riksorganisation

Innehåll

Inledning ... 5

Avgränsningar ... 8

Centrala begrepp och utgångspunkter ... 8

En nulägesbild av digitala marknadsplatser ... 9

Vad visar vår kartläggning av svenska digitala plattformar som förmedlar eller säljer konst? ... 11

Digitala marknadsplatser i Sverige ... 12

Avgifter och villkor vid försäljning av konst ... 14

Digitala plattformar för uthyrning av konst ... 14

Digitala marknadsplatser – en internationell utblick ... 16

Strömningsplattformar, nya licensieringsformer och affärsmodeller ... 18

Vad visar vår kartläggning av digitala strömningsplattformar? ... 20

Vilka intäktsströmmar är tillgängliga för konstnärer? ... 21

Non-fungible-tokens uppgång och nedgång ... 21

Ny teknik och nya visningsfönster för NFT:er och digital konst ... 22

Avslutande reflektioner ... 24

Fördelar och nackdelar med att sälja konst via digitala plattformar ... 26

Att tänka på om du vill sälja din konst via digitala plattformar ... 27

Referenslista ... 29

Bilaga 1: Metod ... 32

The background features a repeating pattern of concentric circles. Each circle is divided into two equal halves by a vertical line. The colors used are orange, blue, pink, and teal. The teal circles are smaller and centered within the larger circles. The word "Inledning" is centered over the pattern.

Inledning

Under de senaste åren har konstmarknaden globalt genomgått en förändring i och med att konstförsäljningen online fortsätter att växa. Digitaliseringens möjligheter har förändrat sättet att köpa och sälja konst och gjort det mer tillgängligt än tidigare. Både samlare, handlare och konstnärer anpassar sig till denna nya era. Vi ser en avsevärd ökning av möjliga kanaler att sälja och att visa sin konst i, samt en breddning av möjliga tjänster för att nå ut med olika konstformer. Sammantaget har detta förändrat landskapet för både konstnärer och konstköpare världen över.

Tillväxten av konstförsäljning online kan kopplas till den snabba tekniska utvecklingen och den utbredda användningen av internet. I takt med att fler människor runt om i världen får tillgång till höghastighetsinternet och blir bekväma med online-transaktioner har även konstmarknaden utvecklats för att tillgodose detta skifte i köpbeteende.

Högkvalitativa digitala bilder och virtual reality-upplevelser har också spelat en avgörande roll för den ökande konstförsäljningen online. Konstsamlare kan nu se konstverk i otrolig detalj, vilket gör det lättare att värdera och uppskatta verken utan att tvunget behöva se originalverket. Dessa tekniska framsteg har banat väg för onlinekonstmarknaden och dess fortsatta tillväxt.¹

1. <https://freshmindmag.com/2023/05/02/the-rise-of-online-art-sales-a-new-era-for-art-collecting/>

Några av de generella trenderna, enligt en rapport² från Arts Economics 2024 rörande den växande betydelsen av digitala plattformar för konsthandel, är:

Global tillväxt: Försäljningen av konst på digitala plattformar ökade med 7 % under 2023, trots en allmänt nedåtgående trend på konstmarknaden. Detta, menar de, visar på den robusta tillväxten och motståndskraften inom den digitala konsthandeln. Det motsvarar 18 % av marknadens totala omsättning.³

Tillgängliggörande av konst: Digitala plattformar för konsthandel har öppnat upp konstvärlden för en bredare publik genom att eliminera geografiska hinder och göra det möjligt för köpare att utforska och köpa konst från hela världen. Det har också blivit lättare för konstnärer att skapa synlighet för sitt konstnärskap och sina verk. Detta har bidragit till en ökad mångfald och tillgänglighet inom konstvärlden.

Nya affärsmodeller: Digitala plattformar för konsthandel har också möjliggjort nya affärsmodeller, såsom abonnemangstjänster, bytestjänster och crowdsourcing-plattformar. Att sälja konst på nätet vidgar marknaden för konst och kan erbjuda en alternativ källa till inkomst för bildkonstnärer, konsthantverkare och formgivare. Det finns flera sätt att sälja konst på nätet. Numera är det vanligt att konstnärer och hantverkare säljer konst via en egen webbshop eller via en digital plattform. Många av de traditionella gallerierna säljer även konst via sina webbplatser.

Datadriven analys: En av de betydande fördelarna med digitala plattformar är tillgången till omfattande data och insikter om kundernas beteende och preferenser. Genom att använda denna data kan till exempel erbjudanden skräddarsys för att matcha konstköpare och konstnärer och företagen som håller i plattformarna kan tillämpa marknadsföringsstrategier för att attrahera och behålla

kunder. Konstnärer som säljer via egen plattform får själva tillgång till all försäljningsdata, om det sker via en plattformstjänst är det det företaget som samlar på sig informationen.

I takt med att efterfrågan på konsthandel online har ökat har många plattformar och marknadsplatser dykt upp för att underlätta transaktioner och sammanföra konstnärer med samlare. Dessa plattformar erbjuder en rad olika tjänster, bland annat onlineutställningar, konstnärsprofiler/portfolios och kurerade samlingar. Många av dessa plattformar erbjuder också ytterligare verktyg och resurser, till exempel virtuella gallerier och konstrådgivningstjänster.

Konstnärernas Riksorganisation vill därför med denna rapport kartlägga vilka digitala marknadsplatser som finns för försäljning, uthyrning och strömning av konst, och analysera aktuella trender och utveckling inom området. Syftet med denna rapport är att få ökad förståelse för hur konst säljs och förmedlas via digitala plattformar idag.

Frågor som vi har ställt oss för att uppnå syftet är bland annat:

- Vilka typer av digitala marknadsplatser för konst finns idag nationellt och internationellt?
- Hur ser de kommersiella villkoren för konstnärer ut?

Konstnärernas Riksorganisation uppmärksammade försäljning av konst via digitala plattformar redan år 2019 genom att göra en kartläggning av då aktuella digitala plattformar. Konstnärernas Riksorganisations förbundsjurist tog fram en orientering i vad konstnärer bör uppmärksamma i samband med försäljning på digitala plattformar. Det gjordes även intervjuer med såväl konstnärer som säljer sin konst via och företagare som driver digitala plattformar. Intervjuerna med företagare som driver digitala plattformar för försäljning av konst presenterades i ”Konstbranschen i siffror 2021”.⁴ En observation var att marknaden inte riktigt hunnit ställa om utifrån de förändringar

2. För mer information om den litteratur som använts, se Bilaga 1 Metod

3. Art Basel and UBS Art Market Report 2024, Arts Economics sid 19.

4. <https://www.kro.se/rapporter/konstbranschen-i-siffror-2021/>

coronapandemin medförde. En annan var förväntan att digitala plattformar skulle ta över delar av försäljningen eller öka försäljningen över tid. Givet den då rådande pandemin konstaterades det dock, utifrån studien, att det var en utveckling som krävde mer tid, åtminstone vid förstahandsförsäljning. I intervjuerna med företagarna bakom några av dessa plattformar framkom även att pandemin bidragit till längre beslutstider och större osäkerheter vid konstinköp.

Avgränsningar

Då mängden plattformar är enorm, har vi i vår sammanställning varit tvungna att avgränsa urvalet och har därför fokuserat på webbplatser som säljer, hyr ut eller erbjuder prenumerationstjänster för originalkonst, konsthantverk, foto, grafik, NFT och videokonst.

Vi har även gjort avgränsningen att fokusera kartläggningen på digitala plattformar som har sitt företagssäte i Sverige, men gör vissa jämförelser med digitala plattformar som har sitt säte utanför Sverige. Den internationella utblicken rör digitala marknadsplatser för försäljning av konst såväl som plattformar för NTF och strömning av konst. Likaså har vi valt att endast inkludera plattformar där verk säljs på förstahandsmarknaden, inte auktionssajter som främst säljer verk på andrahandsmarknaden.

En ytterligare avgränsning är frågan om digitala plattformars effekter på klimatet. Det är en viktig fråga som kräver en egen rapport.

Vårt urval innebär ingen kvalitetsbedömning eller kvalitetskontroll och innan du väljer att samarbeta med någon av dessa plattformar bör du göra dina egna efterforskningar och analysera vilka som bäst passar din konstnärliga praktik och ditt prisintervall.

Centrala begrepp och utgångspunkter

Alltmer försäljning sker idag via digitala plattformar, oavsett om det är konsumtionsvaror som kläder, skor och elektronik eller tjänster såsom resor, tv- och videokanaler och rådgivning av olika

slag. I denna rapport är vi intresserade av försäljning, uthyrning och strömning av konst via digitala plattformar.

Låt oss börja med definitionen av en digital plattform. Enkelt uttryckt kan man se plattformar som en kategori av affärsmodeller som sammanför två eller flera aktörer, i detta fall konstnärer och konstköpare, i syfte att underlätta deras transaktioner. På en digital plattform, som erbjuder viss funktionalitet och infrastruktur, kan konstnärer visa sina verk för potentiella köpare. Köpare möter ett gränssnitt i form av en app eller webbplats, genom vilken de kan komma i kontakt med och köpa konst från de konstnärer som finns på plattformen. Den digitala plattformens värde ökar ju fler som använder den. De plattformar som vuxit sig stora tenderar att växa sig ännu större, medan mindre, nya plattformar får svårare att etablera sig och konkurrera.⁵

Utifrån denna definition kan vi konstatera att all konst som säljs digitalt idag säljs utifrån en digital plattform, oavsett om den kallas för webbshop, onlinegalleri eller digital marknadsplats.

Det är intressant hur dynamisk den digitala plattformen är, det vill säga hur den kan använda sig av data såsom sökmönster och annan geografiskt relaterad socioekonomisk data (såsom medelinkomst, genomsnittliga köpvänor och fritidsintressen med mera i det område som besökaren är geotaggad på) för att matcha köpare och säljare av konst. Generellt sett är det ägaren av den digitala plattformen som får denna information och kan använda den på olika sätt, exempelvis genom att ”pusha” för vissa konstverk. I vår kartläggning har vi endast identifierat ett fåtal digitala plattformar som tillgängliggör statistik, såsom visning av konstverk, för konstnärerna.

I denna rapport diskuteras och presenteras fyra typer av digitala plattformar eller digitala marknadsplatser (vi använder begreppen synonymt).

- Digitala plattformar för försäljning (nationella/internationella)
- Digitala plattformar för uthyrning av konst (nationella)
- Digitala plattformar för strömning av konst (internationella)
- Digitala plattformar för NFT:er (nationella/internationella)

Vi väljer även att kategorisera om de är nationella och/eller internationella.

⁵ <https://main.exedsse.se/vad-betyder/digital-plattform>

Digitala plattformar för uthyrning av konst är endast relevanta att diskutera ur ett nationellt perspektiv medan digitala plattformar för strömning av konst i nuläget enbart finns utanför Sverige.

En nulägesbild av digitala marknadsplatser

Efter en dramatisk ökning av e-handel med konst under pandemin verkar konstmarknaden ha gått in i ett läge med två parallella sätt att sälja konst. Försäljningen från e-handel med konst bibehåller en relativt hög andel av försäljningen, samtidigt som utställningar och konstmässor har återkommit som försäljningskanal.⁶

Efter år av långsam, positiv tillväxt fördubblades den globala e-handelsförsäljningen av konst år 2020 och nådde då 12,4 miljarder dollar.⁷ E-handelsförsäljning blev det primära sättet för konsthandel en stor del av året. När marknaden öppnade

igen år 2021 fortsatte e-handeln att växa och nådde en topp på 13,3 miljarder dollar, trots att en något lägre andel av försäljningen skedde digitalt. Under 2022 återkom konstmässor, utställningar, auktionsförsäljningar och andra liveevenemang som försäljningskanal för konst världen över. E-handelsförsäljningen av konst bromsade in något till en försäljning om 11 miljarder dollar, en minskning med 17 % jämfört med år 2021 (se även Figur 1).⁸ Med e-handelsförsäljning av konst avses försäljning gjord av gallerier, konsthandlare och auktionshus; antingen via webbplatser, visningsrum online, andra plattformar eller via epost.⁹

Under pandemin uppstod en rad nya sätt att sälja konst. I rapporten "Artsy Gallery Insights" (2021) presenteras en utvärdering av de nya sätt att visa konst som många gallerier anammade under år 2020.¹⁰ I utvärderingen framkommer att de mest

8. Art Basel and UBS Art Market Report 2024, Arts Economics

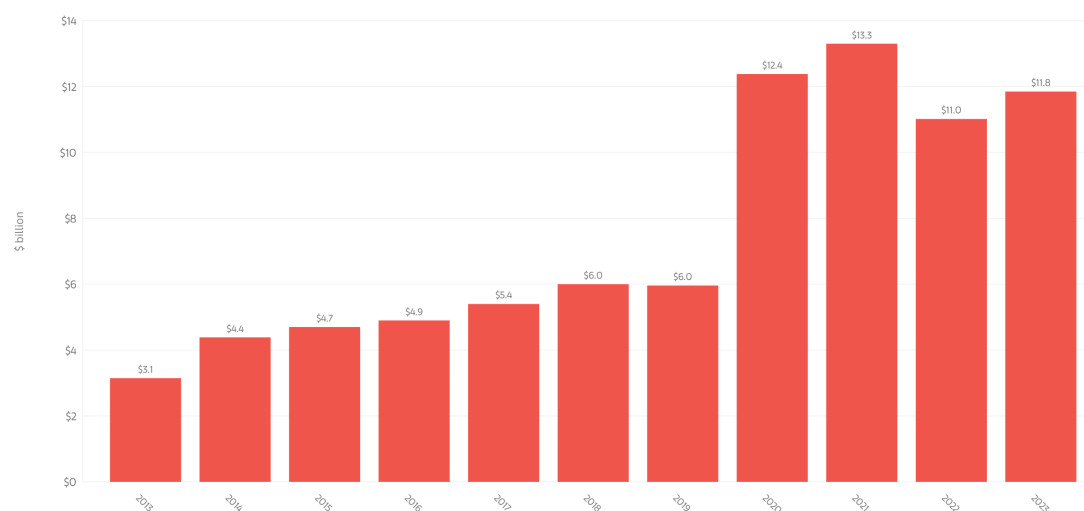
9. Art Basel and UBS Art Market Report 2024, Arts Economics
<https://theartmarket.artbasel.com/>

10. Utvärderingen byggde på en enkätundersökning med 1753 respondenter världen över.

6. Art Basel and UBS Art Market Report 2024, Arts Economics

7. Försäljningssiffrorna tas fram genom inrapporterad statistik till nationella statistikdatabaser och enkätundersökningar.

Sales in the Online Art and Antiques Market



Figur 1. Sales in the Online Art and Antiques Market 2013–2023, Figure 1.6 . Art Basel and UBS Art Market Report 2024, Arts Economics.

framgångsrika metoderna var videokonferenser med kunder och konstsamlare samt nätbaserade auktioner. Mindre framgångsrika metoder för att förmedla och sälja konst var digitala rum för att enbart visa konst. Sammantaget visar resultaten på de möjligheter som uppstår genom att övergå till digitala marknadsplatser för konstförsäljning, och det behov som samtidigt fortsatt finns av interaktion mellan köpare och säljare av konst.¹¹ E-handelsförsäljning är fortsatt det sätt som mest bidrar till galleristers konstförsäljning. Det visar en enkätundersökning gjord av Artsy. Av de 886 tillfrågade galleristerna svarade 45 % att e-handel var det som bidrog mest till deras försäljning. 32 % av de tillfrågade svarade Instagram som bidragande faktor för försäljning.¹²

Rapporten "Art Collector Insights 2023" från Artsy presenterar resultaten från en enkätundersökning bland drygt 1 200 Artsy-medlemmar i 60 länder, det vill säga konstköpare och konstintresserade. 53 % av respondenterna kom från USA medan 20 % kom från Storbritannien. På frågan "har du köpt konst online de senaste 12 månaderna?" svarade 80 % av de tillfrågade ja. Studien visade även att 46 % av respondenterna tittar på konst online dagligen och att de populäraste sociala medierna var Instagram (50 % av respondenterna) och Facebook (7 % av respondenterna).¹³

Framväxten av digitala plattformar, såsom renodlade e-handelsgallerier eller appar som förmedlar konst, utmanar traditionella gallerier och existerande affärsmodeller för konstförsäljning. Så tidigt som 2014 beskrevs e-handel med konst som ett sätt

"to gate crash the elite gallery world" i en artikel i The Guardian. I andra sammanhang förs det fram att utvecklingen av nya appar för konstförsäljning är sätt att "avmystifiera konstvärlden och att demokratisera tillgången till konst".¹⁴ I en artikel i Svenska Dagbladet 2022 beskrev ägarna till en digital marknadsplats för konst att de såg sig som ett komplement till den traditionella konstbranschen. Ägarna sa även: "Traditionella gallerier kan vara stela och avskräckande, därför ville vi göra något helt annat och bli en digital brygga mellan köpare och säljare av konst."

I en artikel publicerad i tidskriften International Journal of Arts Management år 2020 visade forskare från SDA Bocconi School of Management (Italien) och McGill University (Kanada), genom en fallstudie av en digital plattform, att framväxten av digitala plattformar var ett sätt att kapa mellanhänder vid försäljning och förmedling av konst. Digitala plattformar representerade även sätt att göra konst mer tillgänglig och inkluderande, var forskarnas slutsats.¹⁵

14. Kvarnlöf, G. (2022) "Nya generationen handlar på nätet", Svenska Dagbladet, 27 Februari 2022.

15. Piancatelli, C., Massi, M, Harrison, P. (2020).

11. Artsy Gallery Insights (2021).

12. Artsy, Art Industry Trends (2023).

13. Artsy, Art Collector Insights (2023).



**Vad visar vår
kartläggning
av svenska
digitala platt-
formar som
förmedlar eller
säljer konst?**

Digitala marknadsplatser i Sverige

I vår kartläggning av digitala marknadsplatser för försäljning av konst med säte i Sverige har vi identifierat tre grupper av företag:

- Online förmedling/försäljning av konst
- Online förmedling/försäljning av konst, stöttat av ett showroom
- Traditionella/fysiska gallerier som erbjuder försäljning via sin webbplats

I denna rapport har vi valt att fokusera på de två första grupperna. Här har vi identifierat 17 företag som erbjuder konstnärer möjligheten att ansöka om att visa och sälja sina verk online. Av dessa 17 drivs fyra som kooperativ eller ideella föreningar, vilket innebär att de är medlemsdrivna. De övriga 13 är företag som bjuder in de konstnärer de önskar representera till sina gallerier eller digitala plattformar. Dessa plattformar uppvisar stor variation sett till konstinriktning och bredd såväl som till prisklass.

Gemensamt för båda grupper är att de erbjuder ett brett utbud av konstverk i olika former och tekniker såsom akvarell, oljemålning, fotografi, grafiska blad, glas, skulpturer och konsthantverk. Prisintervall sträcker sig från 500 kronor till uppemot 200 000 kronor, beroende på verk. Variationen är även stor sett till hur pass etablerade konstnärerna är; från konststuderande till internationellt kända konstnärer.

Vi kan konstatera att antalet marknadsplatser för förmedling och försäljning av konst har ökat markant sedan den kartläggning Konstnärernas Riksorganisation gjorde år 2019. Vi kan även konstatera att många traditionella gallerier, säkert som en följd av pandemin, har öppnat webbplatser för försäljning av konst. I denna rapport har vi avgränsat genomgången av digitala marknadsplatser för konst till de som konstnärer kan ansöka till.

Den konst som förmedlas och säljs via marknadsplatser varierar i prisklass, från dryga 500 kronor till uppemot 200 000 kronor. Som exempel säljer [Artely](#) konst som ligger i den högre prisklassen, från 20 000 kronor och uppåt, medan [Fo-Ko Art To Go](#) förmedlar konst med ett pristak på 28 000 kronor. [Galleri Mats Bergman](#) är också en av de marknadsplatser som förmedlar konst i den högre prisklassen, även om det även finns verk som kostar runt 5 000 kronor. På några av marknadsplatserna sätts priset av konstnärerna själva medan det på andra sätts av konstnären tillsammans med ägaren av den digitala marknadsplatsen.

Samarbete med Artely sker endast genom inbjudan, men konstnärer kan även skicka in en ansökan. Deras affärsidé ”Interesting art for interesting people” reflekterar att de letar efter smala och starka konstnärskap. Ansökningar bedöms utifrån konstnärlig höjd, utförande och innehåll, utställningsverksamhet, utbildning samt om konsten passar in i Artelys koncept. I en intervju på sajten Barnebys framhåller ägarna att de lägger stor vikt vid ny teknik; utveckling av nya funktioner och design för att möta förväntningarna från dagens konsumenter prioriteras lika högt som kvaliteten på det urval av konsten som presenteras.¹⁶ Just funktionalitet på marknadsplatsen för att visa konsten på optimalt sätt arbetar även [The Ode To](#) med. Konstverken presenteras så att en potentiell köpare kan zooma in och se verken ur olika perspektiv. Den digitala marknadsplatsen säljer allt från skulpturer till tavlor av nutida konstnärer, främst kvinnor.

Det finns flera marknadsplatser som är inriktade på nordisk konst. [Galleri Mats Bergman](#) förmedlar originalkonst, grafiska blad, skulpturer, konstafischer och böcker. Konstnären laddar upp sina konstverk via webbplatsen och prissätter dem själv. [Ed.art](#) är en annan digital marknadsplats konstnä-

16. <https://www.barnebys.se/blogg/frukost-med-grundarna-till-artely>

rer kan ansöka till. Inriktningen är grafik skapad av konstnärer med anknytning till de nordiska länderna. Många av konstnärerna som säljer på marknadsplatsen jobbar med gamla tryckmetoder som etsningar och träsnitt, där varje blad handtrycks.

Artportable är ett exempel på en marknadsplats där konstnärer genom en prenumerationslösning får möjlighet att visa sin konst på Artportables webbplats. Det finns även möjlighet att öka sin synlighet genom digitala och fysiska tilläggstjänster. Några av dessa tilläggstjänster är möjligheter till utställningar hos Artportables partners och i deras egen utställningslokal på Södermalm i Stockholm. Artportable arbetar med olika kampanjer såsom möjlighet att visa sina verk i Stockholms lokaltrafik, där över en miljon resenärer passerar dagligen. Man kan även ansöka om att presentera sin konst i tidningen Hus & Hem, på konstplattformarna Artworks, Selected Prints och i företagets sociala medier. **Artworks** erbjuder också en prenumerationslösning där man som konstnär kan välja mellan årlig eller månatlig prenumeration. Den sistnämnda kostar något mer men har ingen bindningstid. Konstnären prissätter själv sina verk. På marknadsplatsen finns en vägledning som ger praktiska tips för konstnären att öka sin synlighet. Artworks köptes upp av Artportable i februari 2024 men drivs vidare som en egen marknadsplats.

Fo-Ko Art To Go är en webbplats som säljer konst av konststudenter eller oetablerade konstnärer. Konsten förmedlas digitalt, i fysisk utställning och genom virtuella utställningar. Den konst som säljs har ett pristak på 28 000 kronor. Fo-Ko ser sig som ett community för konst och förutom försäljning av konst arrangerar man evenemang, utställningar och erbjuder tjänster som NFT-workshops, grunderna i 3D-modellering och att öva på 3D-utskrift. Konstnärerna ansöker om medlemskap via hemsida

dan och det finns två nivåer av medlemskap: FoKo House och FoKo Friends. Som medlem i FoKo House får konstnären tillgång till alla de tjänster och förmåner som erbjuds. FoKo Friends ger tillgång till utvalda delar av de tjänster och förmåner som finns.

Flera av konsthantverkskooperativen såsom **Blås & Knåda**, **Arvika Konsthantverk** och **Konsthantverkarna** har marknadsplatser i form av webbshoppar för försäljning av medlemmarnas konsthantverk. För att bli medlem i ett kooperativ ansöker man om medlemskap.

Det finns digitala marknadsplatser för förmedling av konst som inte tar ut någon avgift från konstnärerna utan är helt gratis. **Konst.se** är en sådan. Konstnären laddar upp sina verk, prissätter dem själv och kan följa hur frekvent konstverken visas. På den digitala marknadsplatsen är konstverken uppdelade i konstart, genre, samling, stilar såväl som teknik. **Konstfeber** är också en öppen digital marknadsplats för konstnärer. Här sätts priset gemensamt av konstnären och Konstfeber utifrån ett antal kriterier såsom medium, storlek, hur känd konstnären är och kvalitet. Marknadsplatsen erbjuder även konstvärdering och har information om kända svenska konstnärer.

De digitala marknadsplatsernas omsättning ligger i de flesta fall på 1-2 miljoner kronor, men det finns företag med en omsättning uppemot 4 miljoner kronor. Den största svenska digitala marknadsplatsen hade en omsättning på närmare 9,5 miljoner kronor. Hur mycket som går till konstnärerna och hur mycket som går till entreprenören som driver den digitala marknadsplatsen framkommer dock inte av de årsredovisningar vi har tagit del av.

Avgifter och villkor vid försäljning av konst

Det finns i huvudsak tre modeller för de avgifter

och villkor de digitala marknadsplatserna erbjuder. Den första modellen är prenumerationer där det finns olika nivåer som reglerar hur många verk som konstnären kan visa på webbplatsen och hur verken prioriteras och synliggörs. Den andra modellen bygger på kommission där olika fördelningar mellan konstnärer och företag finns. Av de exempel vi har fått fram rör det sig om att konstnären får mellan 40–50 %. Den tredje modellen bygger på att den digitala marknadsplatsen är som en annonsplats för konstnärer. Den digitala marknadsplatsen hanterar inga betalningar eller leveranser utan konstverken säljs direkt av konstnärerna.

Det som varierar mellan olika digitala plattformar, oavsett modell för avgifter och villkor, är vilken part som står för emballage och frakt. Det finns även stora variationer mellan de olika digitala plattformarna hur tydligt det framkommer vilka avgifter och villkor som gäller för konstnärer vid försäljning av konst. I intervjuer med tre av Konstnärernas Riksorganisations medlemmar framkom även att uppsägningstiden från till exempel en prenumerationstjänst kan vara väldigt lång och då bli kostsam för en konstnär. Dessa tre områden är med andra ord viktiga för konstnären att ta reda på innan man visar sina konstverk på en digital plattform. Ett annat genomgående tema är att konstnären inte är bunden till en digital marknadsplats utan kan visa sina verk på flera webbplatser. Det kan innebära att ett verk säljs på två digitala plattformar parallellt och vid samma tillfälle.

Digitala plattformar för uthyrning av konst

Kartläggningen visade att vissa digitala marknadsplatser hyr ut konst till företag och privatpersoner. De flesta av dessa digitala marknadsplatser har tidigare verkat genom fysiska butiker men har under senare år tagit del av digitaliseringens möjligheter. Vissa företag betraktar konst som en investering och köper in konstverk till en permanent samling, men allt fler företag väljer att hyra konst i stället för att investera i egna samlingar. Utomlands växer

denna trend även bland privatpersoner.¹⁷ Att hyra konst har fördelar för företagen då det är helt avdragsgillt medan köp av konst räknas som en investering som inte kan skrivas av, då konst antas ha ett bestående värde.¹⁸ Hyrservice erbjuder möjlighet för kunderna att byta ut verk och att presentera en ny ”utställning” flera gånger per år. Det är ett sätt att bjuda medarbetare och kunder på nya intryck och att anpassa atmosfären i lokalen i den riktning som verksamheten rör sig emot.¹⁹ Uthyrning av konst är ingen ny verksamhet utan har funnits en tid. Under 2016 och 2017 uppmärksammades uthyrning av konst en del i media.

Exempel på digitala marknadsplatser som hyr ut konst är [Moderna Samlare](#), [Åmells](#), [Bailey Gallery](#) och [Lord Art Advisor](#). Moderna samlare berättar att deras kunder består bland annat av advokatbyråer, kommunikationsbyråer och fastighetsbolag, men även en del privatpersoner och USA:s ambassad. Karolina Bertorp från Moderna samlare förklarar i en intervju att kunderna oftast vill ha olika typer av konst, och att det är vanligt att kommunikationsbyråer efterfrågar mer vågad konst än vad advokatbyråer gör. När Moderna samlare väljer konst tänker de mycket på hur verken kommunicerar med varandra och hur de påverkar upplevelsen av rummet.²⁰ Åmells är i första hand en traditionell konsthandlare som säljer konst via sin fysiska butik men hyr även ut konst till företag och offentliga miljöer. Bailey Gallery både säljer och hyr ut konst från svenska konstnärer. Målgruppen för uthyrning är främst företag. Lord Art Advisory erbjuder högkvalitativ konst såväl som konstrådgivning.

Upplägget är detsamma för de flesta av uthyrarna – kunden betalar en årshyra på 8–10 % av verkets uppskattade värde, med en köpoption som gör det möjligt för företaget, eller en anställd, att köpa

17. <https://www.gp.se/kultur/det-har-blivit-trend-att-hyra-konst.8df8d107-31c6-4116-b05f-9cd411014345>

18. <https://www4.skatteverket.se/rattsligvagledning/edition/2024.2/339122.html>

19. <https://www.workplacedevelopment.se/hyra-och-kopa-mobler-och-konst/>

20. <https://www.realtid.se/helg/intresset-att-hyra-konst-okar/>

verken som de hyrt till ett rabatterat pris.²¹ Konsten levereras, hängs upp professionellt och är försäkrad av uthyraren. Dock är det oklart vilken andel konstnärernas får vid en uthyrning av konst som förmedlas via ett galleri eller konstuthyrningsföretag.²² Det går även att hyra konst direkt från konstnärer. Det är dock inte lika vanligt förekommande som att hyra från företag.

En annan trend är att flera digitala marknadsplatser kombinerar försäljning eller uthyrning med att agera konstrådgivare. En sådan sajt är **Artadvisor** som beskriver en konstrådgivares roll som ”en specialist inom konstvärlden som erbjuder kunder råd och tjänster för att navigera på konstmarknaden. Deras främsta fokus ligger på att hjälpa samlare, investerare och institutioner att fatta välgrundade beslut när det gäller att köpa, sälja och investera i konst”.²³ Andra digitala marknadsplatser som erbjuder konstrådgivning och konstvärderingar är **Konstfeber** och **Artnet Scandinavia**. Auktionshus som **Bukowskis**, **Uppsala Auktionskammare** och **Stockholms Auktionsverk** erbjuder också konstvärdering online. Det är värt att notera att det bland de svenska uthyrningsföretagen finns de som har betydligt lägre hyra än vad som rekommenderas internationellt.

21. <https://www.residencemagazine.se/konst/nu-kan-du-hyra-kan-da-konstverk-till-hemmet-eller-kontoret/3802546>

22. <https://www.gp.se/kultur/det-har-blivit-trend-att-hyra-konst.8df8d107-31c6-4116-b05f-9cd411014345>, läst 9 maj 2024.

23. <https://www.artadvisor.se/post/vad-%C3%A4r-skillnaden-mellan-en-art-advisor-och-en-konstkonsult>



Digitala marknadsplatser – en internationell utblick

Det finns en rad digitala marknadsplatser med säte utomlands där konstnärer kan ansöka fritt om att få visa sin konst. **Artenet** är en spansk online-marknadsplats för originalverk och utvalda konsttryck som grundades 2011. Det finns inga provisioner mellan ägarna av plattformen och konstnärerna. Konstnärer kan visa upp till tio verk. Den digitala marknadsplatsen visar upp emot 340 000 konstnärer. En annan digital marknadsplats är **Saatchi Art** som beskriver sig själv som "the world's leading online gallery". Saatchi var ett av de första e-gallerierna och representerar konstnärer från mer än 100 länder, och säljer till kunder i mer än 140 länder. Mer än 1,4 miljoner originalverk finns till salu på den digitala marknadsplatsen. Plattformen har ett partnerskap med the Other Art Fair, ett evenemang som äger rum i sex städer runtom i världen. För konstnärer är det gratis att lägga upp sina verk och skapa en profil. Webbplatsen har egna kuratorer som kan ge rekommendationer för vissa utvalda konstnärer och då "pusha" extra för dessa verk. Om det är originalverk tar Saatchi Art ut 40 % kommission på slutpriset.²⁴

Många konstnärer känner till Saatchi Art på grund av det välrenommerade företaget Saatchi Gallery eller Saatchi & Saatchi. Det bör dock påpekas att Saatchi inte har något att göra med Saatchi Gallery idag. I november 2014 inledde Charles Saatchi en rad stämningar mot Saatchi Art för att försöka hindra dem från att använda hans familjenamn.²⁵ **Artfinder** är en annan digital marknadsplats som konstnärer kan söka till. Vid försäljning av konst tar marknadsplatsen ut en kommission om 40–45 %. Det finns flera konstnärer från Sverige som visar sin konst på webbplatsen.

Rise Art är ett online-galleri som fokuserar på att främja nyetablerade konstnärer och göra konst mer lättillgänglig. Plattformen erbjuder ett varierat urval av konstverk, personliga rekommendationer och ett prova-innan-du-köper-program. Rise Art

tillhandahåller också konstrådgivningstjänster och hjälper samlare att bygga upp sina konstsamlingar. Konstnärer får ansöka till webbplatsen. Under 2021 var det mindre än 3 % av alla ansökningar från konstnärer till Rise Art som gick igenom.²⁶

Artpal är en USA-baserad digital marknadsplats som är gratis för konstnärer att söka och visa sin konst på. Drygt 270 000 konstnärer visar verk på webbplatsen.

Under covid-19 pandemin och de begränsningar den medförde kring att besöka kulturinstitutioner, genomgick konstvärlden betydande förändringar. Institutioner såväl som enskilda individer tvingades hitta nya sätt att balansera närhet och distans. En av de mest påtagliga förändringarna var att inte längre fysiskt kunna närvara vid konstutställningar och mässor utan i stället behöva uppleva dem på distans, via skärm. Institutioner och konstnärer har i olika utsträckning lyckats återskapa konstupplevelsen för dator- och smarttelefonskärmar – från virtuella gallerivandringar och online-mässmontrar till Instagramvideoverk och kurerade TikTok-flöden för museer. Många av dessa initiativ försöker efterlikna galleri- och museiupplevelser genom att visa stillbilder av konstverk snarare än att hitta nya modeller för att uppleva och samla konst.

Men för vissa aktörer inom konstvärlden är skärmen inte en begränsning. Den är istället ett verktyg för en, bokstavligt talat, mer flytande form av konstkonsumtion, nämligen strömmad konst. Flera av de aktörer vi kartlagt har startat onlineplattformar med ambitionen att bättre integrera digital konst och videokonst på konstmarknaden. Dessa tjänster för digitalt samlande, eller "konsumtion av konst", ligger mer i linje med hur människor är vana att konsumera andra medier, som att strömma eller köpa musik och film. Gemensamt för dessa plattformar är att betalda prenumerationer har företräde framför enskilda köp.

24. <https://www.saatchiart.com/whysell>

25. <https://veryprivategallery.com/what-is-saatchi-art/>

26. <https://get.riseart.com/curation/>

Strömningsplattformar, nya licensieringsformer och affärsmodeller

Internetstiftelsen gör varje år undersökningen ”Svenskarna och internet” för att bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. År 2022 undersöktes användningen av strömmade och digitala medietjänster. Resultaten visade bland annat på att drygt hälften av de tillfrågade använder strömmande video- och playtjänster dagligen.²⁷ Urvalet av respondenter syftar till att återspegla Sveriges befolkning.²⁸ Den tekniska utvecklingen är en pådrivande kraft för ökningen av digitala konstupplevelser, där internet har blivit en gränslös plattform för innovation som möjliggör nya former av kreativa uttryck. I synnerhet Web3-tekniken²⁹ har potential att revolutionera utvecklingen genom att erbjuda nya sätt att skapa, dela och uppleva konst – illustrerat i denna översiktsbild.³⁰

En av de främsta plattformarna för digital video- och mediekonst är **Niio**. Med huvudkontor i Tel Aviv och verksamhet i USA, Asien och Storbritannien används plattformen i mer än 40 länder, med ett nätverk av mer än 4 000 konstnärer, gallerier, samlare och kuratorer och mer än 12 000 rörliga digitala konstverk. Niio använder en patenterad teknik som gör det möjligt för konstnärer att skydda, visa, publicera och distribuera sina verk i flera format, som sedan kan upptäckas och visas av samlare, konsumenter och företag på begäran, och visas på alla typer av skärmar och digitala dukar.³¹

27. 2 400 personer.

28. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2022/strommande-och-digitala-medietjanster/>

29. Enligt voister.se är web3 en decentraliserad webb baserad på blockkedjeteknik där användarna äger sin egen data och bär den med sig från tjänst till tjänst.

30. <https://medium.com/@miajoneswriting/web3disruptingtheartworld-220a3ccfc7f7>

31. <https://www.prnewswire.com/news-releases/niio-the-worlds-leading-platform-for-digital-art-engagement-announces-15m-a-round-and-strategic-partnership-with-samsung-displays-301381620.html> samt <https://spearswms.com/wealth/introducing-art-for-the-digital-age/>

2011 lanserades **Sedition**, som är en av de äldsta onlineplattformarna för videokonst i digitalt format på marknaden. De har lanserat en prenumerationstjänst som ger tittaren tillgång till obegränsad strömning för 15 dollar per månad. Konstverken presenteras som digitala begränsade upplagor som kan nås via webbläsare eller dedikerade appar på smartphones, datorer, surfplattor eller tv-apparater. Sedition har appar för iPad, iPhone, Samsung Smart TV och Allshare-enheter. Medlemmar kan logga in och köpa högupplösta digitala stillbilder och videor som lagras i ett digitalt kassaskåp (vault). Konstnärer som säljer verk får 50 % provision, vilket är i nivå med de flesta gallerier.

³²Konsten på Sedition inkluderar verk från kända samtida konstnärer som Damien Hirst, Tracey Emin, Shepard Fairey, Yoko Ono, Jenny Holzer, Wim Wenders, Bill Viola, Aaron Koblin och många andra. Konstverken ligger i spannet från 5 pund till 1 500 pund och för många av verken går priset upp när upplagan är slutsåld. Upplagorna varierar från 30 till 10 000 exemplar. Varje verk levereras med ett digitalt certifikat som är signerat, numrerat och autentiserat av konstnären. När en upplaga är slutsåld kan samlare sälja vidare sina verk på onlinemarknaden.³³

Seditions närmaste konkurrent sedan 2015, **Daata**, arbetar inom tre huvudsegment: upplagor (editions), strömning (streaming) och tv. Samtliga innehåller originalverk som företaget beställer från konstnärer. Editions är det segment som mest liknar den traditionella konstmarknaden, där video och digitala verk kan köpas för cirka 400 dollar och uppåt. Användarna kan strömma konstverk och titta på kurerade spellistor, samt kurera sina egna. I abonnemanget ingår även tv-segmentet, där verken spelas upp i en kontinuerlig, förinställd ström som liknar tv.

32. <https://hyperallergic.com/72619/will-sedition-become-the-app-store-of-digital-art/>

33. <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/apr/05/sedition-digital-art-online-dealing>

Hur Web3 manifesteras i konstbranschen

genom att erbjuda nya sätt att skapa, dela och uppleva konst.

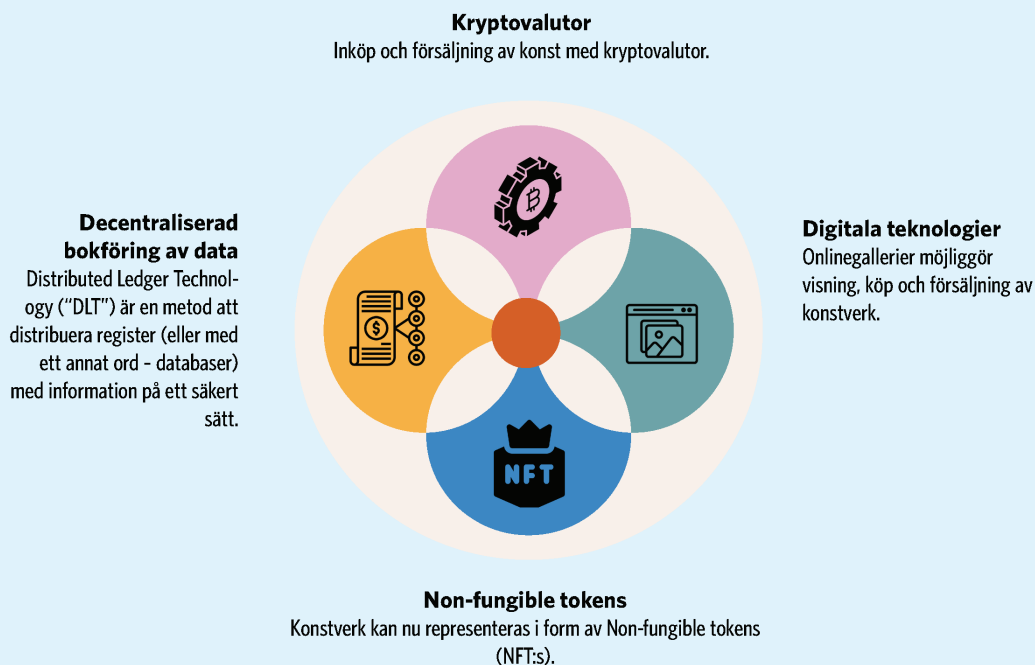


Bild inspirerad av: <https://medium.com/@miajoneswriting/web3disruptingtheartworld-220a3ccfcef7>

Loupe presenterar konst på samma sätt som Spotify och Pandora presenterar ny musik, det vill säga genom att leverera en kontinuerlig loop, i det här fallet av konstverk av framstående samtida fotografer och bildkonstnärer. Konst och fotografier organiseras i kanaler efter färg eller tema. Bland de utvalda konstnärerna finns Cary Wolinsky, Katrin Eismann och Cole Rise (känd från Instagram). Om användarna gillar vad de ser kan de klicka och köpa ett originalverk eller en reproduktion.³⁴ Loupe har patenterat sitt system för "Art Image

Characterization and System Training", som använder både mänsklig och maskinbearbetad data för att identifiera faktorer som förmodas tilltala betraktaren. Förutsatt att konstnären väljer att göra originalbilden tillgänglig för försäljning kan denna, eller ett konsttryck, köpas på Loupes integrerade elektroniska marknadsplats.³⁵

I den mer exklusiva ändan av videokonstgallerier hittar vi Nalada Taechanarong. Hennes **Xumiiro Gallery** i Beverly Hills och Bangkok säger sig förena den asiatiska konstens experimentella natur med

34. <https://www.prweb.com/releases/digital-art-streaming-platform-loupe-raises-3m-to-transform-art-distribution-and-announces-loupe-for-business-to-support-artists-hospitality-and-commercial-spaces-893564575.htm>

35. <https://patents.google.com/patent/US20200167381A1/en>

amerikansk entreprenörsanda. Taechanarong är specialiserad på förvärv av sällsynta lyxföremål och är rådgivare åt privatkunder. Xumihiro har ett eget visningsrum online som endast är tillgängligt via applikationer.³⁶

De traditionella museerna har också börjat se potentialen i strömning för att visa sina samlingar av videokonst. 2023 lanserade till exempel Pérez Art Museum Miami **PAMMTV**, en strömningstjänst som är ”den första i sitt slag” för museets samling av videokonst och filmer, med 15 verk från lokala och internationella konstnärer. Den kostnadsfria tjänsten är tillgänglig via webbläsare, mobila enheter och Apple TV. Även om museets hela samling av videokonst inte kommer att finnas tillgänglig på PAMMTV samtidigt, kommer strömningssplattformen att uppdateras med ett urval av videokonst med några månaders mellanrum för att ge tittarna ”en bit av samlingen”.

Det finns också initiativ som fokuserar på att visa rörlig bild och multimediamkonst på publika skärmar, till exempel **Streaming Museum** som producerar och presenterar samtida temautställningar med internationell multimediamkonst och relaterade program via mobila enheter, ett nätverk av storbildsskärmar över hela världen och på olika kulturinstitutioner och offentliga platser. Sedan lanseringen den 29 januari 2008 har utställningar visats på storbildsskärmar i över 55 städer på 7 kontinenter. Programmen skapas i samarbete med en rad olika kultur- och utbildningsorganisationer, bild- och scenkonstnärer, curatorer och visionärer inom olika områden.

36. <https://www.forbes.com/sites/stephanrabimov/2020/06/09/a-rising-demand-for-video-art-redefines-the-gallery-business/?sh=4f1584423902>

Vad visar vår kartläggning av digitala strömningssplattformar?

Strömningssplattformarna för konst introducerar nya licensieringsformer och affärsmodeller som utmanar de traditionella uppfattningarna om ägande och tillgång. Flera faktorer tyder på att vi rör oss mot en kultur där tillgång och användning av digitalt innehåll prioriteras framför ägande av fysiska kopior. Istället för ägande talar vi idag om tillgång. ”Det finns en hypotes att människor värdesätter tillgång högre än ägande”, säger Anuja Pradhan, konsumentforskare, i en intervju i The Swaddle.³⁷

Genom att prenumerera på eller strömma innehåll får användarna omedelbar tillgång till ett brett utbud av medier utan att behöva hantera fysiska kopior eller nedladdningar. Detta ger en bekväm och smidig upplevelse som passar den moderna livsstilen. I en tid där utrymmet – till exempel hos unga och storstadsbor – kan vara begränsat och minimalism blir alltmer populärt, föredrar många att inte fylla sina hem med fysiska föremål. Genom att prenumerera på strömningstjänster kan användarna njuta av filmer, musik och konstverk utan att behöva oroa sig för förvaring eller utrymmeskrav. Digitala plattformar har också fördelen att de gör konsten portabel och därför mycket mer tillgänglig. Att resa runt med en Warholmålning skulle vara både omständligt och svårt, men med hjälp av digital teknik kan du projicera din videokonstsamling på vilken vägg eller skärm som helst. Utan dyra transport- eller försäkringskostnader.

Att prenumerera på eller strömma innehåll kan ofta också ses som mer kostnadseffektivt än att

37. <https://www.theswaddle.com/how-streaming-turned-art-into-content-and-people-into-consumers>

köpa individuella exemplar av böcker, filmer eller konstverk. Risken att investera i något man senare ångrar eller inte längre är intresserad av minskar.

Många konsumenter är medvetna om den miljöpåverkan som produktion och distribution av fysiska produkter kan ha. Genom att välja att prenumerera på eller strömma digitalt innehåll upplever användarna att de minskar sitt eget koldioxidavtryck och bidrar till en mer hållbar konsumtion.

Vilka intäktsströmmar är tillgängliga för konstnärer?

Utöver abonnemang kan strömningsplattformar erbjuda olika licensieringsformer för konstverk, inklusive enstaka köp, hyra eller till och med royaltymodeller – där konstnärerna får betalt baserat på antalet visningar eller nedladdningar av sina verk.

En utmaning med strömningsplattformar för konst är att säkerställa rättvis kompensation och upphovsrättsligt skydd för konstnären. Det kan ske genom att implementera tydliga licensavtal och betalningssystem som erkänner och ger skälig ersättning för konstnärens arbete och kreativitet. Det saknas tyvärr transparens kring villkoren för konstnärerna för många av de plattformar vi tittat på. Men några av plattformarna är tydliga med villkoren. För Sedition gäller till exempel: Vid försäljning av konstverk och editioner gäller en fördelning på 50/50 mellan Sedition och konstnären.

Intäkterna för offentlig visning (till exempel skärmar som vetter mot gatan) börjar på grundval av en 50/50-fördelning, men förhandlas individuellt med Seditions konstnärer med öppenhet om vem som

får vad. För offentliga visningar får konstnären sista ordet om huruvida de vill visa sitt verk eller inte. Vad det gäller prenumerationsintäkter delar Sedition 20% av prenumerationsintäkterna med konstnärerna, som får proportionerligt betalt baserat på hur mycket deras verk visas.

Vid förfrågan om specifika uppdrag, förhandlar Sedition alltid individuellt om provision mellan uppdragsgivaren och konstnären.³⁸

Non-fungible-tokens uppgång och nedgång?

Tekniken har på kort tid skapat nya former för konst, samlarföremål och spel. NFT, non-fungible token, är en särskild typ av kryptoteknik som bland annat används vid försäljning och ägande av digital konst (till exempel bilder, filmer och ljudfiler) där ägandet till konsten verifieras via blockkedjan. Varje token motsvarar en unik del i en blockkedja som skapar ett slags digitalt fingeravtryck. Det gör att det digitala konstverkets originalitet och autenticitet kan verifieras.

För att kunna handla med NFT-konst krävs en kryptobörs för att omvandla svenska kronor till den kryptovaluta som ska användas vid transaktionen av NFT:n. Vanligtvis används Ethereum som valuta men det förekommer i sällsynta fall att andra kryptovalutor används.

Innan NFT:erna introducerades var det svårt för den digitala konstindustrin att verifiera ett föremåls äkthet och bevisa dess knapphet. Blockked-

38. <https://www.seditionart.com/help-centre/artist-guide/general-artist-info>

jeteknik kan spåra digitala tillgångar i form av NFT:er på ett sätt som gör det möjligt för användare att sömlöst verifiera varje tillgångs ursprung/proveniens, äkthet och knapphet. Som ett resultat ökade NFT i popularitet och blir allt viktigare i ett brett spektrum av branscher utanför konstvärlden – som sport, spel och sociala medier. Även om NFT:er funnits sedan 2014 var det först under 2021 som NFT ökade i relevans inom konstområdet och i synnerhet som samlarobjekt.³⁹

År 2024 har intresset för NFT:er svalnat avsevärt. Art Basels rapport om den globala konstmarknaden visar att efter en topp på 2,9 miljarder dollar år 2021 har försäljningen av konstrelaterade NFT:er på NFT-plattformar utanför konstmarknaden minskat under två år. 2023 nådde försäljningen här 1,2 miljarder dollar, en minskning med 51 % jämfört med året innan – men fortfarande över 60 gånger större än marknaden 2020 (20 miljoner dollar).⁴⁰

Bland de internationella plattformarna för NFT:er kan några exempel nämnas:

SuperRare är en plattform för att utfärda, samla in och handla med sällsynt digital konst som backas upp av NFT på Ethereum-blockkedjan.⁴¹ Plattformen överbryggas klyftan mellan verkliga konstgallerier och NFT-plattformar, vilket gör NFT:er tillgängliga för mer ”traditionella konstköpare” genom en mer lättanvänd plattform. Varje konstverk på SuperRare är en enda upplaga.⁴²

39. <https://www.artnews.com/list/art-news/artists/2021-year-of-the-nft-1234614022/>

40. Art Basel and UBS Art Market Report 2024, Arts Economics sid 19

41. <https://help.superrare.com/en/articles/5816295-how-does-superrare-work-what-s-an-nft>

42. <https://www.fool.com/the-ascent/cryptocurrency/nfts/superrare-review/>

En annan marknadsplats för NFT-konst med fokus på kryptokonst skapad av etablerade konstnärer och kändisar är **Nifty Gateway** som grundades av Duncan och Griffin Cock Foster, och sedan dess förvärvats av Winklevoss-tvillingarna. Nifty Gateway har sålt NFT:er av Beeple, Pak, Refik Anadol, Sam Spratt med flera.

OpenSea är den första och största marknadsplatsen för digitala varor, som inkluderar samlarobjekt, spelartiklar, domännamn, digital konst och andra tillgångar som stöds av en blockkedja.

I Sverige öppnade art tech-bolaget **Artely** en sektion för försäljning av svenska NFT-konstverk år 2022. Förutom kryptokonst erbjuder Artely även ett kurerat utbud av högkvalitativ och unik konst i premiumsegmentet. Artely är en ”invitation-only”-plattform som vill möjliggöra för konstnärer och samlare att ”sälja och köpa NFT-konst i en kurerad miljö med verk som håller hög konstnärlig nivå”.

Ny teknik och nya visningsfönster för NFT:er och digital konst

I och med populariseringen av NFT:er uppstod ett behov för NFT-samlare att kunna visa upp sina konstsamlingar, och många samlare ville kunna visa upp sin portfölj på väggarna i det egna hemmet. Det finns många aktörer som säljer digitala displayer som vänder sig till samlare av digital konst, men bara några av dessa ramar är optimerade för blockkedjebaserad konst (NFT). En stor aktör på denna marknad är **Muse Frame** som erbjuder digitala displayer i en rad olika ramstorlekar och kan visa olika typer av konstverk (inklusive NFT, personliga foton och konst från prenumerationstjänster).

Det enda varumärket vars produkt är helt inriktad på NFT är TokenFrame, då deras ramar endast kan visa tokeniserad konst. Det innebär att om du ser

ett konstverk på en [TokenFrame](#) kan du vara säker på att upphovsmannen har köpt det på blockkedjan, vilket är ett viktigt kvalitetstecken för dedikerade samlare. För dem som samlar in NFT främst via Nifty Gateway är Samsungs [The Frame](#) ett av två alternativ från jättarna på mediemarknaden. Det andra stora varumärket som konkurrerar om NFT-samlarnas pengar är NetGear med sin [Mural-serie](#) av digitala ramar.

[Atomic Form](#) erbjuder [The Wave](#) – en ram för NFT-samlare i en enda skärmstorlek; en 27-tums 4k-skärm (jämförbar i storlek med många stationära bildskärmar). Bildskärmen är ansluten till användarens kryptoplånbok, som verifierar varje NFT på blockkedjan innan de visas. Användare av enheten kan också låna och låna ut NFT. [Canvia Digital Art Canvas](#) är ett budgetalternativ främst för de som äger NFT:er på Ethereum.

J.T. Fales, konstsamlare, dj och musikproducent som driver Niftyist (en plattform om NFT), ger i en artikel en utförlig översikt över olika digitala

displayer.⁴³ Han nämner också [MetaSill](#), [BlackDove](#)-ramar som stöder Ethereum-baserade NFT genom MetaMask och Wallet Connect-inloggning, samt [Infinite Objects](#) – som är unikt bland displayalternativen eftersom skärmarna bara kan visa en video i taget. Infinite Objects kallar det en ”videoutskrift” – en permanent, loopad uppspelning av en enda fil. Videoutskriften visas på små bordsstående enheter med ram av bambu eller klar akryl.

Ett annat exempel på banbrytande teknik är [Looking Glass Factory](#) som är en futuristisk lösning för att visa upp digitala verk. Looking Glass-porträttet gör det möjligt för användare att konvertera sina 3D-NFT:er till hologram, något som tidigare inte varit möjligt utan VR-headset (Virtual Reality).

43. <https://www.niftyist.com/post/best-nft-frames-2024>



Avslutande reflektioner

Utbudet av digitala marknadsplatser för konstförsäljning har ökat markant de senaste åren. Ökningen gäller även antalet genrer som finns tillgängliga och räckvidden, sett till hur många konstverk och konstnärer som finns representerade. Till många av dessa digitala marknadsplatser kan konstnärer ansöka om att få sälja och förmedla sin konst. Vår kartläggning visar även att många av de traditionella gallerierna har öppnat webbplatser för att visa och marknadsföra sin konst. Initialt var det en effekt av pandemin, men över tid är det något som permanentats.

Den internationella utblicken visar att, även där, har såväl antalet som typerna av digitala marknadsplatser ökat. Här ser vi en bredd av olika marknadsplatser som inte har kommit till Sverige ännu, främst plattformar för strömning. Internationellt finns en rad plattformar för NFT:er, till skillnad från Sverige där det finns ett fåtal. Med plattformarna för NFT:er har det också vuxit fram en ny marknad för digitala skärmar för både privat och publik visning av NFT:er och andra digitala verk i begränsad upplaga.

Fördelar och nackdelar med att sälja konst via digitala plattformar

När du visar dina konstverk i ett lokalt galleri är räckvidden begränsad. Din konst kommer sannolikt bara att ses av människor som bor i området och regelbundet besöker konstgallerier. Genom att sälja din konst online kan du kraftigt utöka din räckvidd. Människor över hela världen kan se din konst, och du kan presenteras för en helt ny publik med ett klick på en länk. Utan att själv aktivt behöva marknadsföra ditt arbete blir det exponerat för nya potentiella kunder. Genom att utöka räckvidden kan du också utöka din publik. I många fall finns det även möjlighet för konstnärer att lägga upp sin konst för försäljning via flera plattformar.

De väletablerade plattformarna har ofta en befintlig kundbas som du kan utnyttja. De tar också i de flesta fall hand om betalningshantering, frakt och tillhandahåller hjälp, vilket kan avlasta dig.

Många av de plattformar som väljer ut ett mindre antal konstnärer att representera arbetar också aktivt med att marknadsföra dig som konstnär och dina verk, till exempel i fysiska showroom, i nyhetsbrev, genom föreläsningar med mera.

Även om det finns betydande fördelar med att sälja konst online, vore det fel att anta att det därmed automatiskt alltid är det bättre alternativet. Försäljning av konst online kommer också med en uppsättning nackdelar:

Många av de största digitala plattformarna är mycket konkurrensutsatta och mättade marknadsplatser. Om du inte får likes och delningar på Instagram eller YouTube kommer du sannolikt inte att bli upptäckt på Saatchi Art heller. När du kommer sent till en redan överpopulerad plattform är det mycket svårt att få genomslag.

Du kan också förlora trafik till din egen webbplats. Så snart du laddar upp en enda bild på en digital

webbplats är risken att företagen sökordsoptimerar ditt namn och allt om dig och ditt konstverk för att få all trafik från personer som känner dig eller hittat dig genom dina egna ansträngningar. Det betyder att någon kan se ett verk av dig på en konstmässa eller i ett konstgalleri, men när de söker efter ditt namn i Google hamnar de på en av de stora konstgalleriernas webbplatser och köper från dessa snarare än direkt från dig – de kan till och med bli distraherade när de surfar och hitta en annan konstnär att köpa från!

Många plattformar är lite som Airbnb för att sälja konst. Köparen kommer att bläddra igenom hundratals verk när de kommer in på webbplatsen. De blir ständigt rekommenderade liknande verk av plattformens algoritm. Plattformarna ger sina köpare många val, men av samma anledning är det svårare för konstnärer att odla en fanbase.

Många av de stora plattformarna har också curatörer som bestämmer vilken konst som ska placeras längst fram på webbplatsen. Om du erbjuder din konst till försäljning via en digital marknadsplats med hundratusentals verk, men inte får ditt verk placerat på de första 20 sidorna, är chansen inte stor att en potentiell köpare faktiskt hittar din konst.

När du säljer konst online finns det mindre möjlighet att bygga en koppling till dina köpare eftersom du inte får träffa dem personligen eller ha några väsentliga interaktioner med dem. Det kan vara skadligt för att bygga långvariga relationer som premierar upprepade köp. Återkommande köpare är ofta där konstnärer tjänar mest pengar när de säljer sin konst.

Om du vill att din konst ska säljas online måste du presentera den på bästa möjliga sätt. Detta kräver ofta extra tid och resurser. Kanske behöver du anlitna en professionell fotograf för att fotografera dina konstverk, du behöver se till att all information om konstverken är uppdaterad och att skriva artist statements i olika längder och format.

Det finns en rad för- och nackdelar att väga in om man som konstnär vill sälja sin konst via digitala

la plattformar. Det kan ses som en liten insats men kräver i många fall insatser som utställning via fysiska gallerier eller mässor inte kräver. Ett medskick är att oavsett digital marknadsplats och vilken typ av konst som säljs är information om villkoren för konstnärer en genomgående svaghet. Med vissa undantag framgår det till exempel inte vad konstnären får i provision. Det framgår inte heller villkor för uppsägning eller i vilken utsträckning ett verk "pushas" för besökare på webbplatsen.

Om du funderar på att börja sälja, eller redan säljer, konst via en digital plattform kan du få en orientering i vad du bör vara uppmärksam på i rapportens avslutande kapitel. Vad det gäller uthyrning av konstverk finns ännu ingen etablerad branschpraxis, men vi har tagit fram några [enkla tumregler](#).

Utifrån vår kartläggning av digitala plattformar för försäljning och förmedling av konst kan vi konstatera att denna form av säljkanal är här för att stanna. Vi kan även notera, utifrån vår internationella utblick, intressanta trender gällande breddning av konst som säljs via digitala plattformar, närmare bestämt digitala strömningsplattformar och non-fungible-tokens. Det händer mycket och det går fort på den digitala konstmarknaden. Hur de digitala plattformarna för försäljning och förmedling av konst kommer att utveckla sig på sikt är svårt att sja om. Däremot kan denna utveckling med stor säkerhet sägas vara något Konstnärernas Riksorganisation kommer ha all anledning att återkomma till i fler rapporter.

Att tänka på om du vill sälja din konst via digitala plattformar

Om du som konstnär bestämmer dig för att vara en del på flera plattformar samtidigt är det viktigt att tänka på ett par saker: För det första är det viktigt att din prissättning är densamma på alla plattformar. För det andra bör du ha ett inventeringsblad på plats så att du har en överblick över vilka konstverk som listas på varje webbplats så att du inte riskerar att sälja samma konstverk två gånger.

Tänk också på att inte direkt konkurrera med andra fysiska platser, till exempel gallerier, där du säljer dina verk. Använd olika bilder, eller åtminstone olika upplagor/storlekar.

Konstnärernas Riksorganisation har tagit fram en orientering i vad du som bild- och formkonstnär bör vara uppmärksam på om du ska, eller redan, säljer din form och konst via en digital plattform. Vi riktar oss i första hand till konstnärer, men tror att råden också är bra för de som vill utforma en seriös och konstnärsvänlig onlineplattform för försäljning av konst och form.

Redan inledningsvis vill vi göra alla, såväl konstnärer som ansvariga för plattformar, uppmärksammade på att det är anmärkningsvärt svårt att få veta hur villkoren för konstnärernas anslutning och ersättning ser ut på svenska plattformar. Förutom att det kan bli problem vid eventuell tvist så ser vi det framför allt som en viktig konkurrensfördel! Många utländska plattformar är helt transparenta med vilka villkor som gäller för såväl konstnärer som köpare.

Vårt absolut viktigaste råd till er konstnärer är att inte ansluta er till en onlineplattform utan att ha läst villkoren och därmed veta precis vad som gäller!

Var särskilt uppmärksam på följande:

Hur sker "valet" av konstnärer och konst

Det finns stor variation av plattformar, så det gäller att du vet vad du är ute efter. Plattformarna kan vara allt ifrån säljplattformar för det mesta från inredning till konst, konstnärsdrivna säljstöd till onlinegallerier med en urvalsprocess, enbart originalkonst och professionell kureri. Välj noga så du ansluter dig till en plattform som säljer din konst på det sätt du vill och är bekväm med. Hur aktiv vill du till exempel vara själv? Fundera också på om, och i så fall hur, plattformen når de olika målgrupper du vill vända dig till. Har plattformen rimliga villkor för försäljning och finansiering, för transport, retur etcetera? Sådana villkor kan påverka kundens vilja att handla på just den plattformen och plattformens konkurrenskraft.

Icke exklusiv försäljning och enhetligt pris

Undvik krav på att plattformen ska få rätt till ”exklusiv” försäljning. Det innebär nämligen att du inte har rätt att sälja konstverket, i värsta fall inte heller några av dina övriga konstverk, via någon annan kanal, ibland inte ens själv. Icke-exklusiv försäljning är det vanliga, men det kombineras ofta med krav på att du ska ha samma pris på din konst oavsett var den marknadsförs.

Upphovsrätt till bilder av din konst

Läs villkoren noggrant så att bilderna av din konst inte används för annat än att bara visa och sälja konsten, samt att rätt att använda sådana bilder upphör om du ”går ur”, det vill säga säger upp plattformstjänsten.

Användning av din data

Titta på villkoren för hur information om dig och dina verk, med mera, kommer att användas. Var särskilt uppmärksam på om informationen kommer att överlåtas till andra för marknadsföring eller andra tjänster. Informationen bör inte användas för annat än att administrera plattformens egna tjänster. Plattformen bör också säkerställa så att information om dig och bilder av dina verk inte kan användas för så kallad AI-inlärning.

Transport, försäkring och andra kostnader

Ta reda på vilka kostnader som ska bäras av dig respektive plattformen. Hur kostnaderna fördelas plus eventuell kostnad för att få använda plattformen (fast eller provision) är av stor betydelse för värdet av plattformens tjänster.

Provision

Vissa plattformar med galleriliknande tjänster begär ibland en provision från 0-35% (undantagsvis högre). Läs noga vad provisionen beräknas på för belopp. Ju högre provision desto mer aktiva marknadsföringsåtgärder och andra kompletterande tjänster bör ingå i plattformens åtagande. Här kan det igen vara bra att fundera på om plattformen når den målgrupp du riktar dig på ett sätt du är ok med.

Hur betalas säljersättningen ut?

Studera villkoren för köp och ersättning, vare sig det är en ren förmedlingsplattform där försäljningen sker direkt mellan dig och köparen, eller en plattform där du får ut din ersättning först efter det att plattformen tagit ut sin avtalade provision. När och hur erhåller du din ersättning för genomförd försäljning? Här vill jag särskilt peka på risken som jag beskriver nedan med utländska (mindre seriösa) plattformar.

Om möjligt, börja gärna med att testa plattformen genom att sälja mindre, billigare konstverk eller andra objekt som inte är dyra i försäkring och transport. Skulle det inte fungera och/eller innebära oväntade kostnader, svårigheter i att få köpeskillingen eller annan ersättning utbetald, är det en varning mot att gå vidare och använda plattformen för att marknadsföra dyrare konst.

Vilka tjänster erbjuds

Om plattformen erbjuder fler tjänster som till exempel finansieringslösningar, inramning, och transport: Är villkoren i dessa tjänster godtagbara både för dig och för konstköparna? Det kommer på sikt vara viktigt också för dig att den plattform du säljer din konst på har bra villkor – inte bara för dig utan också för kunderna – då det är en viktig konkurrensfördel när allt fler plattformar etablerar sig.

Utländska plattformar

Om du väljer en utländsk plattform så står det vanligen i villkoren att lagen och domstolar i det land där huvudkontoret ligger ska avgöra eventuella tvister. Det gör det svårt, för att inte säga omöjligt, att driva några krav mot plattformen vare sig det gäller utbetalning av ersättning, brister i utlovade tjänster, otillåten användning av dina bilder och annan information, olagligt beteende etcetera.

Med det sagt så ser vi på Konstnärernas Riksorganisation möjligheterna till långsiktig och god samverkan mellan bild- och formkonstnärer och seriösa onlineplattformar som många, spännande och framgångsrika, särskilt nu i dessa tider då allt fler vill uppleva och handla digitalt!

Referenslista

Rapporter

Art Basel and UBS Art Market Report 2024, Arts Economics <https://theartmarket.artbasel.com/>

Artsy Artsy Gallery Insights 2021 <https://partners.artsy.net/resource/2022-gallery-insights-report/>

Artsy Art Collector Insights 2023 [https://partners.artsy.net/resource/collector-insights-report-2023/?utm_medium=referral\[%e2%80%a6\]lector-insights-report-editorial&utm_sfc=-701hu000001xrshiaw](https://partners.artsy.net/resource/collector-insights-report-2023/?utm_medium=referral[%e2%80%a6]lector-insights-report-editorial&utm_sfc=-701hu000001xrshiaw)

Artsy Art Industry Trends 2023
<https://pages.artsy.net/rs/609-FDY-207/images/Artsy%20Art%20Industry%20Trends%202023%20.pdf>

<https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-art-collector-insights-inflation-online-purchasing-new-collectors>

Svenskarna och Internet 2022 <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2022/strommande-och-digitala-medietjanster/>

Adenfelt, M. (2021) "Konstbranschen i siffror 2021", Konstnärernas Riksorganisation.
<https://www.kro.se/rapporter/konstbranschen-i-siffror-2021/>

Artiklar

Caines, M. "Digital art: come and meet my dealer" The Guardian, 5 april 2023.
<https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/apr/05/sedition-digital-art-online-dealing>

Fales, J.T. "The Best Digital Display Frames for NFT Collectors 2024", Niftyist. 15 nov. 2023
<https://www.niftyist.com/post/best-nft-frames-2024>

Jones, M. "Transforming the Art Industry: Innovation, Experimentation, and the Potential of Web3", Medium, 20 feb. 2023. <https://www.magazine.artconnect.com/resources/guide-to-live-streaming-your-art>. Besökt den 5 maj 2024

Kvarnlöf, G. (2022) "Nya generationen handlar på nätet", Svenska Dagbladet, 27 februari 2022.
<https://www.svd.se/a/a7dAnL/nya-generationen-handlar-pa-natet>

Naraharisetty, R. "How Streaming Turned Art into Content, and People into Consumers", The Swaddle, 23 sept 2022.
<https://www.theswaddle.com/how-streaming-turned-art-into-content-and-people-into-consumers>

Newbery, E. "SuperRare NFT Marketplace Review: A Serious Art-Focused Platform" Fool, 20 feb. 2023.
<https://www.fool.com/the-ascent/cryptocurrency/nfts/superrare-review/>

Piancatelli, C., Massi, M, Harrison, P. (2020). Has Art Lost Its Aura? How Reintermediation and Decoupling Have Changed the Rules of the Art Game: The Case of Artvisor, International Journal of Arts Management, 22(3): 34-54.

Rabimov, S. "A Rising Demand For Video Art Redefines The Gallery Business", Forbes, 9 juni 2020.
<https://www.forbes.com/sites/stephanrabimov/2020/06/09/a-rising-demand-for-video-art-re-defines-the-gallery-business/?sh=4f158442390>

Sundh, F. (2023) Det har blivit trend att hyra konst, Göteborgs Posten, Uppdaterad 11 oktober. <https://www.gp.se/kultur/det-har-blivit-trend-att-hyra-konst.8df8d107-31c6-4116-b05f-9cd411014345>

Online-källor

<http://help.superrare.com/en/articles/5816295-how-does-superrare-work-what-s-an-nft>. Besökt 7 maj 2024

<https://blog.artstorefronts.com/5-main-options-to-sell-art/> Besökt 8 maj 2024

<https://freshmindmag.com/2023/05/02/the-rise-of-online-art-sales-a-new-era-for-art-collecting> Besökt den 27 maj

<https://hyperallergic.com/72619/will-sedition-become-the-app-store-of-digital-art/> Besökt 8 maj 2024

<https://main.exedsse.se/vad-betyder/digital-plattform> Besökt 27 maj 2024

<https://www.artadvisor.se/post/vad-%C3%A4r-skillnaden-mellan-en-art-advisor-och-en-konstkonsult> Besökt 11 maj 2024

<https://www.artnews.com/list/art-news/artists/2021-year-of-the-nft-1234614022/> Besökt 11 maj 2024

<https://www.barnebys.se/blogg/frukost-med-grundarna-till-artely> Besökt 23 maj 2024.

<https://www.fool.com/the-ascent/cryptocurrency/nfts/superrare-review/> Besökt 23 maj 2024

<https://get.riseart.com/curation/> Besökt 27 maj 2024

<https://medium.com/@miajoneswriting/web3disruptingtheartworld-220a3ccfcef7> Besökt 6 maj 2024

<https://patents.google.com/patent/US20200167381A1/en> Besökt 6 maj 2024

<https://spearswms.com/wealth/introducing-art-for-the-digital-age/> Besökt 3 maj 2024

<https://www.prnewswire.com/news-releases/niio-the-worlds-leading-platform-for-digital-art-engagement-announces-15m-a-round-and-strategic-partnership-with-samsung-displays-301381620.html> Besökt 3 maj 2024

<https://www.webfx.com/blog/web-design/websites-for-selling-art/> Besökt den 5 maj 2024

<https://www.workplacedevelopment.se/hyra-och-kopa-mobler-och-konst/> Besökt den 28 maj 2024

Ytterligare lästips!

Adi Pick / CTech. (5 juni 2020). "Niiio wants to be the netflix of the digital art world and covid-19 has helped it." The Algemeiner. Hämtad 14 april 2024, från <https://www.algemeiner.com/2020/06/05/niiio-wants-to-be-the-netflix-of-the-digital-art-world-and-covid-19-has-helped-it/>

Clark, M. (3 mars 2021). "NFTs, Explained." The Verge. Hämtad 14 april 2024, från <https://www.theverge.com/22310188/nft-explainer-what-is-blockchain-crypto-art-faq>

Kakar, A. (26 maj 2020) "Introducing 'art for the digital age'". Spears. Hämtad 16 april 2024, från <https://spearswms.com/wealth/introducing-art-for-the-digital-age/>

Vigderman, A. (23 januari 2023). "2022 NFT Awareness and Adoption Report". Security. Hämtad 16 april 2024, från <https://www.security.org/digital-security/nft-market-analysis/>

Läsning för dig som vill hyra ut eller sälja din konst via digitala plattformar!

<https://kro.se/juristen-svarar/plattformstest>

<https://kro.se/juristen-svarar/alltfler-funderar-pa-att-hyra-ut-sin-konst-vad-bor-man-sarskilt-tank-pa>

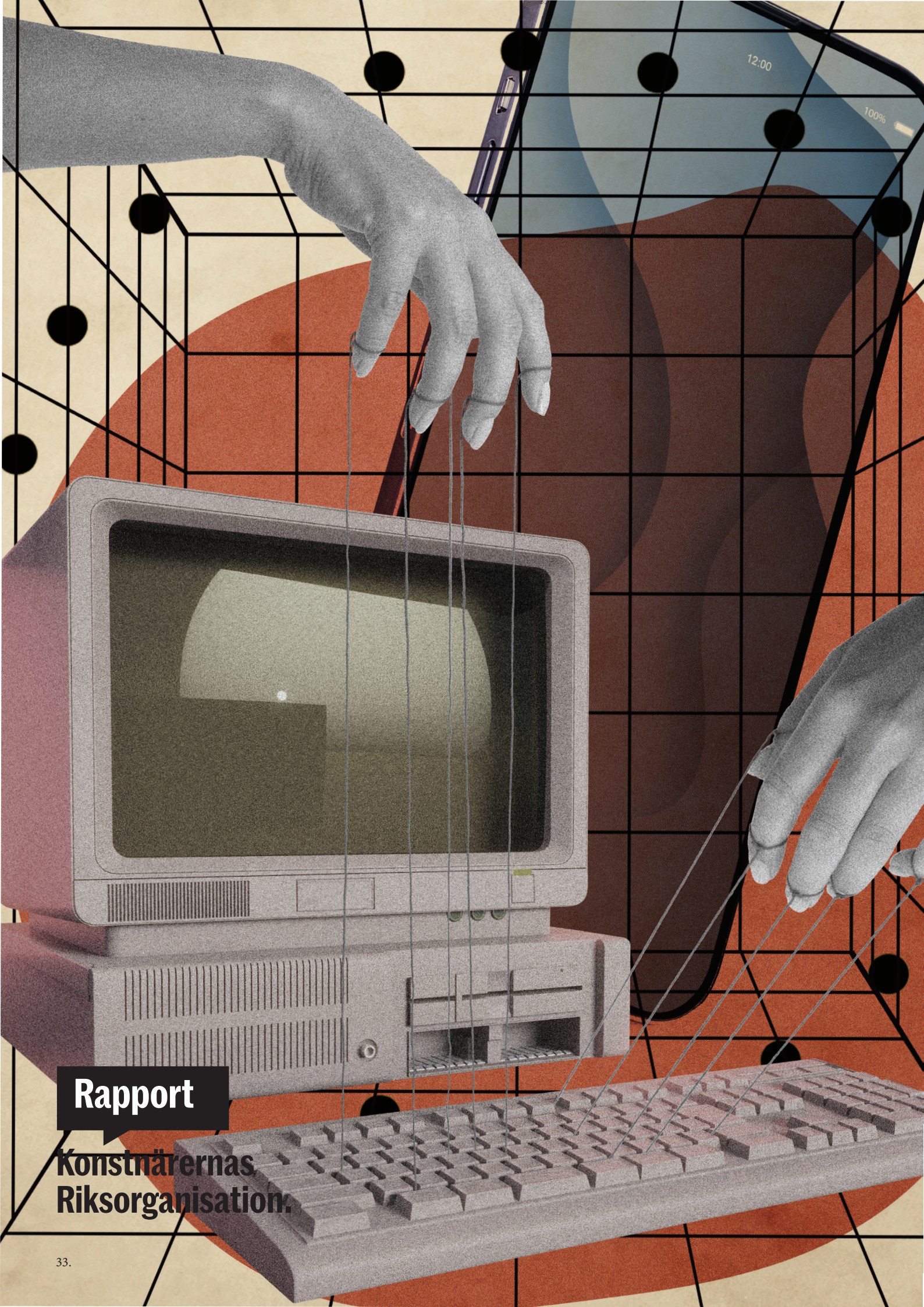
Bilaga 1: Metod

För att få en ökad förståelse för utvecklingen av digitala marknadsplatser för försäljning och förmedling av konst gjordes dels en kartläggning av vilka typer av digitala marknadsplatser som finns i nuläget, dels litteratursökning på ämnet. Vi vill inte på något sätt hävda att den kartläggning vi har gjort är fullständig då det är en omöjlig uppgift givet den mängd plattformar som finns idag. Ett viktigt ingångsvärde i kartläggningen har varit att inkludera digitala marknadsplatser dit konstnärer själva kan ansöka om att sälja eller förmedla sin konst, ett annat viktigt ingångsvärde har varit att visa på den bredd av olika typer av digitala marknadsplatser som finns.

Kartläggningen av digitala plattformar genomfördes under april och maj 2024. Varje digital plattform kartlades utifrån ett antal parametrar:

- Typ av verk som presenteras på plattformen
- Prisintervall på de verk som presenteras på plattformen
- Räckvidd, det vill säga antal konstnärer och konstverk som visas
- Säte för den digitala plattformen
- Möjlighet för konstnärer att ansöka till plattformen
- Presentation av avgift och villkor

Utöver genomgång av digitala plattformar i Sverige och internationellt gjordes även en rad litteratursökningar i syfte att fånga hur olika typer av digitala plattformar diskuteras. Den litteratur som använts i denna rapport kommer från dagstidningar såsom Svenska Dagbladet och Göteborgsposten, forskningsartiklar och rapporter från forskning- och konsultbolaget Arts Economics. Arts Economics har sedan 2005 publicerat en rad rapporter om trender på konstmarknaden globalt utifrån data från auktionshus, konsthandlare, gallerier, konstnärer med flera. För mer information om den data som Arts Economics använder sig av se The Art Basel och UBS Art Market, kapitel Appendix. Intervjuer med tre av Konstnärernas Riksorganisationens medlemmar genomfördes i syfte att få ökad förståelse för hur man upplever värdet av att använda digitala plattformar. I kartläggningen av digitala plattformar framkom att avgifter och villkor för konstnärer sällan presenteras på de digitala plattformarnas webbplatser, vilket gjorde att vi tog kontakt via epost med ett antal digitala marknadsplatser för att få ökad förståelse för detta område.



Rapport

Konstnärernas Riksorganisation.