

Att sätta pris på sitt broderi

Ditt broderi är värt precis så mycket eller lite som du prissätter det till. Man kan också vara krass och säga att ditt broderi är värt vad någon är villig att betala för det. Broderiet kan också ha ett känslomässigt värde som gör det ovärderligt för dig. Det är mot denna bakgrund du ska betrakta texten nedan. Du bestämmer, men så här kan man också tänka.

Material – Har du använt ett dyrbart material kan det finnas skäl att räkna in det i priset. Har du även kostat på en professionell inramning är det självklart att den ska räknas in i priset. Kort sagt ska du täcka dina materialkostnader.

Storlek – Vanligtvis kostar ett stort konstverk mer än ett mindre. Det beror främst på att materialkostnaden ökar samt att det tagit längre tid att skapa verket.

Erfarenhet – Om du är en relativt ny brodös som inte hunnit bli ett efterfrågat namn finns skäl att hålla priset nere till att börja med. Genom att börja på en lägre prisnivå kommer det även vara lättare för dig att få i gång dina första försäljningar. Höj i stället succesivt när du börjat bli mera känd.

Jämför - Det kan också vara en god idé att titta på vad andra med liknande bakgrund, utbildning och teknik tar i betalt.

Tid – Lever du på din konst eller är det något du gör på din lediga tid? Den här texten är till för att stödja föreningens medlemmar, om du lever på din konst kan du säkert redan det här. Precis som med alla andra arbeten är det viktigt att du vet hur mycket tid du lägger på varje verk. Särskilt om du tar ett uppdrag.

Utbildning – Om du är amatör eller en utbildad brodös kan spela in. De kurser och utbildningar du gått har inneburit investeringar av pengar och tid. Innan du är etablerad och efterfrågad kan det ha betydelse för prissättningen.

Plats – I princip ska platsen du säljer på inte förändra din prissättning. Om du ställer ut på ett galleri som tar en viss procent för sina tjänster ska du inte ta höjd för det i din prissättning. Procenten är till för att täcka galleriets kostnader av annonsering, vernissage och annan etablerad marknadsföring. Betrakta det inte som en kostnad utan i stället som hjälp att nå ut till flera.

Konsekvens – Håll dig inom ett spann. Höj och sänk inte priset fram och tillbaka. Vill du ge fler chansen att köpa är det bättre att kalla det en tillfällig procentuell rabatt.

Kill your darlings - Sätt inte ett högre pris på ett specifikt verk just för att du gillar det mer än andra. Det är i så fall bättre att behålla det i privat ägo om det är dig kärt. Var objektiv och försök hålla självdistans gentemot ditt arbete.

Formel - Det finns en formel för prissättning av konst, framtagen av Svenska konstnärsförbundet. Översatt till föreningen Skapande Broderi Stockholms verksamhet skulle det bli så här:

Mät ditt verk i höjd och bredd. Addera höjden + bredden. Sedan multiplicerar du med din faktor.

Så här kan du tänka ungefär med faktorn:

100 = professionell textilare-/konstnär som gått helårsutbildning på t ex Handarbetets vänner och har 10 000 praktiska arbetstimmar bakom sig.

50 = broderat ett tag och har ett etablerat namn. Ca 5 000 arbetstimmar bakom sig.

40 = broderat några år och har gått kortare utbildningar och kurser.

30 = broderat några år.

20 = nybörjare.

Summan du får fram är priset.

Ett konkret exempel



Storleken är $42+30=72$

Faktorn jag väljer är 45. Jag har inte ett etablerat namn men jag har broderat i närmare femton år. Har gått HV:s fyraåriga kvällskurs i konstbroderi samt några terminskurser på HV. Jag har gått en kurs på Sätergläntan samt en terminskurs på distans på Västerbergs folkhögskola, och så några andra kortare kurser därtill.

Alltså $72 \times 45=3\ 240$ kr

Broderiet i exemplet är broderat med sysilke på siden och med sidenapplikationer. Därför rundar jag upp priset till 3 400 kr. Jag tycker det är rimligt och kan tänka mig att sälja (och försäkra) broderiet för det beloppet.

/ER