

Toten-bildene til Hilde (53)

Pryder hippe street wear-klær



NY ARENA: Hilde Grønstad Sunde fra Kolbu, men bosatt på Gjøvik, synes det er spennende at hennes landskapsmalerier fra Toten skal pryde klesplagg fra Yôke.

FOTO: Frode Hermanrud/Yôke

Artikkel i Oppland Arbeiderblad 29.04.2021

Gjøvik: Når klesmerket Yôke har lagt sin elsk på Hilde Grønstad Sundes (53) landskapsmalerier, tar det vakre, men røffe Toten-landskapet steget fra det trygge lerretet til en vilter og urban tilværelse på T-skjorter og gensere.

Frode Hermanrud



SIGNERT: Med en tydelig signatur, skal det ikke være noen tvil om hvem som har stått for designet på den nye kolleksjonen fra Yôke, som produseres i et begrenset opplag. Foto: Yôke

Internett kan brukes til mye rart, men det kan også være til nytte og by på noen herlige overraskelser. Som i fjor vinter da kunstner Hilde Grønstad Sunde i fint driv på vei til et gammelt stórhus på Hersjøsætra hører mobilen ringe. Stemmen i andre enden presenterer seg som salgssjef i Urban, som er en del av Varner-gruppen.

– Har du hørt om oss, spør hun og jeg blir både stille og litt skeptisk, for jeg hadde ikke hørt om Urban, forteller Hilde Grønstad Sunde.

Hun lar damen i andre enden fortsette videre med det hun har på hjertet.

Ut av det blå

I fjor var det Lars Christian Istads (86) landskapsmalerier fra Romsdal som fristet de unge kundene til Urban. De nå har gått inn i kjeden Junkyard, som blant annet har butikk på CC Gjøvik. Denne gangen er det altså jorder og skog på Toten som skal pryde utvalgte klesplagg til den street wear-motebevisste gutt og jente.

– Dette kom helt fra det blå, jeg ante ingenting. De hadde funnet meg på internett og likte tydeligvis noen av skogbildene mine. Dette er jo så langt unna atelier og gallerier man kan komme, men det er jo veldig moro, ler Hilde Grønstad Sunde

For sikkerhets skyld tok hun en telefon til Istad for å forsikre seg om at ingen dro en drøy spøk på hennes bekostning. Men den aldrende kunstmaleren fra Molde kunne fortelle om et spennende samarbeide med klesskjeden, og ikke minst var det jo stas at ungdom i konfirmasjonsalderen gikk med gensere med hans malerier av sjø og fjell, så han hadde ingen problemer med å anbefale å kunstneren fra Kolbu å takke ja til tilbudet om å gå inn i klesbransjen.

Bonus

– Klærne er preget med motiver fra malerier jeg har jobbet med de siste årene. Jeg tror designerne har funnet min måte å se og tolke landskapet på interessant, sier Hilde Grønstad Sunde.

Hun forteller at etter noen runder fram og tilbake, ble det til slutt gjort en avtale om at klesmerket Yôke kunne benytte fire malerier på fem antrekk.

– Jeg har gitt de frihet til å gjøre hva de vil fram til 2022, men at jeg skal kontaktes dersom de ønsker forandre noe på motivene, det være seg farger eller andre ting. Jeg har fått en sum per bilde, noe som ble en fin bonus i et år hvor det aller meste av gallerier har vært stengt, sier Grønstad Sunde.

Hun er ikke redd for at hennes omdømme som kunstner vil bli svekket etter at hun nå har inngått en avtale med et av Nord-Europas største motekonserner.

– Nei, hvorfor skulle det gjøre det? Munch og Leonardo da Vinci er både på handlenett og paraplyer, så da ser jeg ikke noe galt med at jeg får vist fram bildene mine til et yngre publikum på klær. I tillegg har de fokus både på miljø og bærekraft, noe som er viktig for meg, sier hun og forteller at selve kolleksjonen har fått tittelen «Reflections», og lanseres under Junkyards eget merke Yôke.

– I kolleksjonen er uttrykket forsterket ved at det er knyttet ord og titler til motivene som gjenspeiler mine tanker. Titlene er hentet fra originalmaleriene, slik som «Warm light» og noen av mine tanker rundt motivene har blitt til ord som «Memories – feelings – places» på tekstilene. De har ønsket å sette min signatur under det trykkede maleriet og slik blir det en fin synliggjøring av meg som kunstner, sier Grønstad Sunde. Hun sier at det føles godt å kunne vise sine poetiske landskap gjennom et annet medium enn kunstgallerier og visningssteder for et mer lukket publikum.

– Jeg har alltid hatt et sterkt ønske om å nå folk flest, sier hun som snart gleder seg til å se klærne ute i butikkene.

Refleks

Nicklas Nurmi er Yôkes design manager følger i en e-post opp kunstneres tanker rundt det å gjøre kunst synlig på andre og mer utradisjonelle arenaer.

– Det handler om å vise talenter til et nytt publikum og tolke det ut fra et tekstilperspektiv, sier Nurmi, som med den nye kolleksjonen håper folk tar et steg tilbake og begynner å puste med magen igjen.

– Vi ville binde sammen det hektiske livet vi lever i dag hvor vi ser tusenvis av bilder og attpåtil knipser bilder for å huske. Kanskje glemmer vi inniblant å se rundt oss og skape minner, som Hilde gjør, sier han og forteller at kunstnerens budskap vil bli tolket og forsterket gjennom å trykke motivet i refleksfarger som forandrer form og farge i forskjellig lys.