

23 Juni, 2014

Tre känslomänniskor vann konstglas för över en kvarts miljon

Att använda känslor som betalningsmedel funkar bra. Det vet David, Liv och Shelley som blev ägare till konstglas för över en kvarts miljon när Kosta Boda arrangerade världens första auktion där pengar saknade betydelse.

-Det känns bra att våra fina unikat gick till människor som bevisligen inte lämnades oberörda utan kände starkt för glaskonsten, säger Jenny Sundqvist, Chef Marknad och Produktutveckling på Orrefors Kosta Boda.

Det var i onsdags 18 juni som den unika auktionen arrangerades på ett galleri i Kungsträdgården, Stockholm. Det som skilde den här auktionen från traditionella konstauktioner var att de tjocka plånböckerna lyste med sin frånvaro. Här var det mänskliga känslor som gällde.

Med GSR-teknik och pulssensorer mättes över 300 människors känslor för tre olika konstverk av Kosta Bodas välkända formgivare. Tekniken används bland annat i lögn-detektortest och hade adapterats och utarbetats speciellt för auktionen. Det är första gången någonsin den här typen av auktion genomförs. Reklambyrån Ellermore har utarbetat konceptet tillsammans med Kosta Boda, och den digitala studion Humblebee har utvecklat tekniken.

Konstverken som auktionerades ut var hemliga ända fram tills att budgivningen skedde. Det enda besökarna kände till var att konstverkens sammanlagda värde var över 250 000 kronor. De fick även ta del av konstnärernas egna tankar kring sina konstverk för att kunna bestämma sig för vilket objekt de ville buda på.

Vid budgivningen fick besökaren kliva in i ett bås där konstverket stod övertäckt. GSR-sensorer fästes på fingrarna på ena handen för att mäta förändringar i hudens konduktansnivå. På andra handen fästes en pulsmätare. Konstverket avtäcktes och under en minut fick besökaren betrakta konsten. Under den tiden mätte sensorerna förändringar i de biometriska värdena utifrån varje persons basvärde. Det slutgiltiga resultatet bestod sedan av en sammanräkning av de olika värdena.

Protocol av Bertil Vallien, värt 150 000 kronor, vanns av Liv Eklund Swartz från Stockholm. David Dolfe från Vällingby tog hem Åsa Jungnelius konstverk Super Protection 2, värt 19 000 kronor. Shelley Mulshine från Lekeryd vann Kjell Engmans Acrobatic Music, värd 85 000 kronor.

Så här säger en av vinnarna, Liv Eklund Swartz, direkt efter vinsten:

- Det går inte att fatta. Det känns helt fantastiskt. Jag tycker att konstverket jag vann var mest effektivt. Den är så drömsk!

Kosta Boda arrangerade auktionen för att uppmärksamma den unika glaskonst som görs i Kosta idag. En målsättning var också att nå nya målgrupper som vanligtvis inte kommer i kontakt med glaskonst eller skulle ha råd att köpa glaskonst.

Läs mer om auktionen på auctionbasedonemotions.com

#kostabodaauction

#auctionbasedonemotions

För ytterligare information kontakta gärna,
Jenny Sundqvist, Chef Produktutveckling & Marknad
Tel: 0478 346 19. E-post: jenny.sundqvist@orrefors.se
Sarah Andersson, Marknadskommunikatör
Tel: 0478 345 60. E-post: sarah.andersson@orrefors.se

www.facebook.com/kostaboda

www.pinterest.com/KostaBoda

Instagram @kostaboda

www.kostaboda.se

Orrefors Kosta Boda AB är ett småländskt designföretag med formgivning och tillverkning av högkvalitativt bruks- och konstglas. Vi utvecklar, producerar och säljer ett brett bruks- och konstglassortiment för såväl privat som offentligt bruk under varumärkena Orrefors och Kosta Boda. Vi är Nordens största glasbruksgrupp med en historia som sträcker sig tillbaka till 1742.

Hjärtat i verksamheten finns på glasbruken i Kosta, Orrefors och Åfors. Genuina bruksmiljöer med närhet till hantverket och formgivarna. Vid våra bruk bedriver vi även en omfattande turism- och upplevelseverksamhet som årligen lockar över en miljon besökare.

Orrefors Kosta Boda AB ingår sedan 2005 i New Wave Group som verkar med ett flertal varumärken på konsument- och företagsmarknaden inom områdena sport, fritid, inredning och gåvor. New Wave Group är noterat på NASDAQ OMX Stockholm.

www.kostaboda.se