



Stockholm, 25 mars 2015

## ANSÖKAN OM MARKNADSFÖRINGSINSATS

### BAKGRUND

#### ASSOCIATION OF SWEDISH FASHION BRANDS

Association of Swedish Fashion Brands (ASFB) är en oberoende samordnande organisation skapad av och för den svenska modebranschen med syfte att samla, stödja och främja den svenska modeindustrin. ASFB vill avancera den svenska modebranschens affärsmässiga, kulturella och akademiska betydelse lokalt såväl som globalt.

#### FASHION WEEK

Fashion Week (FW) är ASFB:s viktigaste aktivitet för att samla modebranschen och manifesteras svenskt mode som industriell kraft och kulturfenomen. Under veckan visar ett trettiotal varumärken sina kollektioner för ca 400 svenska och 150 internationella journalister. Visningsveckan genomförs två gånger per år och kommer att genomföras för nittonde gången 24 – 26 augusti 2015. Organisatoriskt drivs FW av ASFB..

Sedan starten 2005 har FW stadigt utvecklats och med hjälp av modeveckan har svenskt mode nått ett internationellt erkännande som också har ökat intresset för Stockholm som modestad. ASFB strävar efter att ge inresta internationella gäster en upplevelse utöver visningarna och få ta del av vad Stockholm som stad kan erbjuda. I rapporten "Modeaktiviteternas ekonomi i Stockholm" framtagen av ASFB tillsammans med Moderådet, Stockholms Modecenter och Agenturföretagen med hjälp av Stockholm Business Region uppskattas bland annat konsumtion och investering till 190 miljoner, omsättning från besökare till 60 miljoner kronor och Pr-värdet till 450 miljoner.

Parallellt med visningarna pågår andra aktiviteter kopplade till visningsveckan, varav flera tillgängliga för allmänheten. Exempel på aktiviteter är butiksöppningar, fester, konstutställningar, smygläsningar av tidningar, bokreleaser och presentationer.

#### FASHION TALKS

Syftet med Fashion Talks är att erbjuda återkommande seminarium, föreläsningar och workshops under FW där intresseområden och frågeställningar kring modebranschen diskuteras och analyseras. Fashion Talks är öppet för allmänheten, kostnadsfritt och synliggörs genom sociala medier och i viss mån annonser i dagspress. Mode och hållbar utveckling är i stående fokus och ett sätt för FW Stockholm att positioneras gentemot modeveckor runt om i världen. Senaste upplagan av Fashion Talks hölls i januari 2015 då ASFB bjöd in till ett seminarium kring "The Future of Fashion" med Bradley Quinn Inför augusti 2015



planerar ASFB för Fashion Talks i anslutning till Fashion Night, för att möta allmänhetens intresse.

#### FASHION NIGHT

Syftet med Fashion Night är att i samband med FW bjuda in Stockholms modeintresserade invånare och turister att delta i modeveckan. Eventet ska också bidra till att driva trafik till engagerade butiker och bidra till ökad försäljning.

Fashion Night har hittills anordnats en gång per år i samband med FW i augusti.

Fashion Week 2014 var mycket lyckat, med ett stort antal besökare med många allmänna aktiviteter. Bland annat bjöd NK tillsammans med BACK sina besökare på en öppen modevisning

#### MEDIABEVAKNING

Sedan starten 2005 har mediabevakningen av FW Stockholm ökat betydande både nationellt och internationellt. Det svenska PR-värdet var för januari 2015 ca 90 miljoner SEK. Intresset från internationell press ökar stadigt med mycket relevant modepress och dagligpress från Tyskland, UK, USA, Danmark och Norge vilka är prioritetsländer för de svenska varumärkena. I januari 2015 utökade även Style.com sin bevakning av svenska modeveckan något som fått stort genomslag internationellt. Sociala medier har en stor betydelse och synligheten här har också ökat i takt med att sociala medier blir en viktigare och viktigare marknadsföringskanal.

#### MÅLSÄTTNING

Övergripande målsättning för FW är följande:

- Att Fashion Week i Stockholm ska vara den veckan man väljer att besöka och inte den man måste besöka.
- Att svenskt mode ska vara en viktig del i den globala modebilden
- Att genom Fashion Week främja ekonomisk tillväxt för svenska modevarumärken.

För att uppnå ovan arbetar vi aktivt för att öka kännedomen om Stockholm och FW Stockholm, redan innan kommande visningsvecka. Här ser vi fördelar av att lyfta andra kreativa näringar i Stockholm, såsom mat och musik. I juni planerar vi ett Fashion Talks med internationella gäster för att arbeta med FW även utanför den regelrätta visningsveckan.

En annan uttalad målsättning är att aktivera kulturinstitutioner och näringsidkare för att synliggöra FW och öppna upp gentemot intresserad allmänhet, från vilken vi får önskemål om att kunna delta i fler evenemang. Vi samarbetar bland annat med Kulturhuset och för samtal om att öka det samarbetet under modeveckorna då Kulturhuset är en utmärkt arena för att nå allmänheten.

Till sommaren har vi för avsikt att placera en storbildsskärm på Norrmalmstorg, där visningarna återges rullande och i vissa fall också livestreamas. Vi verkar för ett samarbete med en teknikleverantör för att kunna placera skärmar även i Fashion Bar på Berns, och förhoppningsvis även på olika handelsplatser. Alla filmerna finns tillgängliga på fw.se och livestreamas också på Bon.se



#### ÄSKANDE

FW är idag till 85% sponsorfinansierat. Näringslivet bidrar med 3 miljoner SEK vilket täcker kostnader och kringkostnader för visningarna men inte mer. ASFB är en medlemsförening med mycket små medel och för att möjliggöra marknadsföringsinsatser krävs ytterligare finansiering.

För att nå de mål som ASFB strävar efter för modeveckan krävs aktiv bearbetning och att hela tiden öka ambitionerna vad gäller internationella journalister och andra sk driving connectors som vi vill ska komma hit under FW Stockholm. Detta arbete pågår hela året. För att utnyttja den starka närvaron i sociala medier som dessa personer redan har vill vi utveckla våra digitala verktyg. Vi vill också öka deras upplevelse i Stockholm genom att visa mat, musik och design och därmed ge dem ytterligare historier att berätta. Ökad närvaro i staden, bland annat genom de aktiviteter som också är öppna för allmänhet, kräver investeringar som idag inte ryms inom befintlig budget. Därför ansöker vi om stöd till augusti 2015 med 300.000 SEK.

*Stockholm, 10.04.2015*

Emma Ohlson  
Generalsekreterare Association of Swedish Fashion Brands

Bilagor: Budget (bil 1) Exponering SvB (bil 2) Miljödokument (bil 3) Jämställdhet och Mångfald (bil 4)

**Budget Fashion Week SS15**

Sponsorintäkter	2 150 000 kr
Visningsavgifter	525 000 kr
Övriga intäkter	380 000 kr

**Summa intäkter** **3 055 000 kr**

Lokaler & teknik	940 000 kr
PR (Sverige o internationellt)	470 000 kr
Dokumentation	500 000 kr
Visningsplanering & produktion	595 000 kr
Projekt & produktionsledning	480 000 kr
Övrigt	15 000 kr

**Summa kostnader** **3 000 000 kr**

**Resultat** **55 000 kr**

## Exponering av Stockholm the Capital of Scandinavia

För våra partners har vi delat in partnerskapet i olika nivåer där två nivåer är relevanta för Stockholm the Capital of Scandinavia i vår ansökan. ASFB ansökan möjliggör exponering enligt Nivå 2.

Nivå 1 150.000 kronor. (official supplier)

- Exponering på vepa med sponsorer på Båthall 1
- Exponering på fw.se
- Exponering i den tryckta guiden
- Exponering av sponsorer på ledskärm på Norrmalmstorg
- Exponering av eget material i pressrummet

Nivå 2 200.000 kronor (Partner)

- Exponering på vepa med sponsorer på Båthall 1
- Exponering på fw.se
- Exponering i den tryckta guiden
- Exponering av sponsorer på ledskärm på Norrmalmstorg och på övriga ledskrmar inom FW's område
- Exponering av eget material i pressrummet
- Logga vid Entrén till övriga officiella arenor
- Logga på Offsite skyltar
- Logga på Bags, block och crew kläder
- Associationsrätt som partner
- Material i goodiebags
- Möjlighet till omnämnande på FW's sociala medier

## MILJÖPLAN

### FASHION WEEK

Fashion Week startade år 2005 och arrangeras två gånger per år, sommar och vinter, i centrala Stockholm. Fashion Week har miljö som ett fokusområde.

Fashion Week ansvarar för sophantering såväl som återvinning och allt avfall ombesörjes av recycling-leverantör. de tillhandahåller avfallsanläggning där papper, wellpapp, glas, plast, grovsopor, elektronik, batterier, lampor och dylikt återvinns. i möjligaste mån återanvänder Fashion Week enheter så som skyltar, exponeringsmaterial och dylikt.

För Fashion Week transporter, i samband med eventet, använder Fashion Week budfirma vars bilpark består endast av el- och hybridbilar. Fashion Week försöker i möjligaste mån att planera transporter så att så få bud som möjligt skickas.

Majoriteten av Fashion Weeks leverantörer är lokala, för att minska längre transporter och bud. för att undvika onödigt resande försöker Fashion Week i största utsträckning ha video- och telefonkonferenser. Fashion Weeks arbetar även med att minska antalet printutskrifter, standardinställning på skrivare är dubbelsidig och svartvitt. Vi använder miljömärkt papper samtliga i våra skrivare.



JÄMSTÄLLDHET – Jämlikhet kvinnor och män.

Association of Swedish Fashion Brands (ASFB) är en branschförening för svenska modedesigners och modevarumärken. ASFB har cirka 50 medlemmar i varierad storlek.

Modebranschen i stort sysselsätter totalt sett en betydligt högre andel kvinnor än män. Andelen kvinnor som arbetar inom modebranschen är 73% och andelen män är 27%. Inom högre befattningar är andelen kvinnor större än i övriga näringslivet, dubbelt så många kvinnor är VD och på styrelsenivå är 40% kvinnor mot 31% i övriga näringslivet (Modebranschen i Sverige – Statistik och analys 2015 Tillväxtverket).

En större andel modeföretag som startas idag startas av kvinnor. ASFB välkomnar och arbetar genom kunskapsnätverk för att fler kvinnor i branschen även tar plats som VD och i styrelser i bolagen.

#### MÅNGFALD

Fashion Week utesluter inga medverkande på grund av deras etnicitet, religion, eller sexuella läggning. FW välkomnar kulturell mångfald.