

STOCKHOLM VISITORS BOARD	
Ink.	2012 -03- 22
Dnr.	203.8.3-115/2012
Till	

ASSOCIATION
OF SWEDISH
FASHION
BRANDS

Stockholm februari 2012

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.

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK

Ett av ASFB:s mer tongivande initiativ är Mercedes-Benz Fashion Week (MBFW) som den övergripande plattform som bidrar till ökad samverkan bland svenska modevarumärken och har även en roll i att forma svenskt mode som en industriell kraft samt ett kulturfenomen. Visningsveckan har som mål att bli Norra Europas bästa visningsvecka.

Under visningsveckan visar 30 designers upp sina kollektioner för ca 400 svenska och 100 internationella journalister.

Parallellt med visningarna pågår andra aktiviteter kopplade till visningsveckan. Det är öppningar av nya butiker, pressvisningar av kollektioner, fotoutställningar, smygläsningar av tidningar med mera tillgängliga till stor del också för allmänheten.

Visningsveckan genomförs 2 gånger per år och kommer att genomföras för fjortonde gången den 27 augusti - 30 augusti.

FASHION TALKS

I ASFB:s verksamhetsbeskrivning lyfts hållbarhet upp som en av organisationens huvudsakliga uppgifter; Att driva och uppmuntra hållbarhetstänkande gentemot föreningens medlemmar och på så sätt öppna upp möjligheter för innovation samt stärka föreningens, modevarumärkenas och branschens medvetenhet och anseende i denna fråga.

Syftet med Fashion Talks är att erbjuda återkommande seminarium och workshops där intresseområden och frågeställningar kring modebranschen diskuteras och analyseras. Fashion Talks är öppet för allmänheten, kostar ingenting och synliggörs bland annat med annonser i dagspress. Senaste upplagan av Fashion Talks hölls i februari 2012 då ASFB tillsammans Antonia Ax:son Johnsons Stiftelse för Miljö och Utveckling bjöd in till ett seminarium kring konsumtion och konsumenttrender ur ett mode och hållbarhetsperspektiv.

En av målsättningarna för modeveckan är att i ASFB:s regi genom seminarier lyfta fram hållbarhet samt andra branschfrågor. ASFB ser också Fashion Talks och dess sätt att lyfta hållbarhetsfrågor inom modebranschen som ett sätt att positionera MBFW Stockholm gentemot modeveckor runt om i världen.

FASHION NIGHT

Syftet med Fashion Night är att i samband med Mercedes-Benz Fashion Week (MBFW) anordna konsumentorienterade aktiviteter för att bjuda in Stockholms modeintresserade invånare och turister att delta i modeveckan. Givetvis ska eventet bidra till att driva trafik till engagerade butiker och bidra till ökad försäljning.

Fashion Night har anordnats en gång per år i samband med Mercedes-Benz Fashion Week i augusti. Främst med anledning av det svenska vädret i januari/februari. Senaste Fashion Week i augusti 2011 var mycket lyckad både för allmänheten och för butikerna. Inför nästa Fashion Week i augusti 2012 planeras en utökning av området till att även innefatta Götgatan på Söder.

MEDIABEVAKNING

Sedan starten 2005 har media bevakningen av MBFW Stockholm ökat betydande både nationellt och internationellt. Tv4 och SvT rapporterar från veckan, Star TV sänder i flera länder. Svensk dagspress recenserar visningarna och all svensk modepress är på plats. Tyska Vogue, Grazia, Italienska Vogue, Teen Vogue, Interview, Elle UK är bara några av de stora mode magasinerna som varit i Stockholm under MBFW Stockholm och recenserat från visningarna. Senaste veckan i januari resulterade bland annat i en stark artikel i The Times UK. Skandinavisk press är också alltid väldigt trogen den svenska MBFW Stockholm med recensioner och bilder.

MÅLSÄTTNING

ASFB har som målsättning att tillsammans med Media Support öka kännedomen för Stockholm och MFWB Stockholm innan och under pågående visningsvecka och profilera MBFW Stockholm som norra Europas bästa visningsvecka, vilket måste anses som uppfyllt. Genom detta kan vi synliggöra svenskt mode på den internationella modescenen, öka exportandelarna samt även skapa internationell uppmärksamhet kring Sverige och Stockholm. Med hjälp av MBFW Stockholm har Sverige och Stockholm ett tillfälle att positionera sig som ett nytt kreativt center för mode, då det svenska modes kreativa potential samt tillväxtpotential anses intressant internationellt. Det är också viktigt att säkra den svenska modebranschens fortsatta utveckling som kulturfenomen med tydlig estetik och kreativ värdegrund.

För att nå resultat krävs olika marknadsföringsinsatser men också kringevenemang tillgängliga för allmänheten, till kommande säsong planeras just nu aktiviteter för allmänheten i samband med Fashion Night .

Samtal har också påbörjats inför veckan med Arlanda Airport. ASFB vill visa betydelsen av MBFW redan när besökare till veckan landar, men också sprida kunskap om veckan för alla som gästar Stockholm.

En storbilds TV finns placerad på Norrmalmstorg där visningarna återges rullande och vissa visningar även livestreamas. Ytterligare en Storbilds TV finns placerad utanför Fashion Pavilion i Kungsträdgården. Dessa är mycket uppskattade allmänheten och kan ytterligare utvecklas nu till sommaren.

Nytt för visningen i januari var en utställning utanför Fashion Pavilion av sex unga nyexaminerade designer. Genom att öka visualiseringen av MBFW i staden under pågående visningsvecka via stortavlor, vepor, och genom att smycka det offentliga rummet ökas synligheten och medvetandet av MBFW Stockholm. Ytterligare en viktig aktivitet är möjligheten att kunna bjuda in relevant internationell inköpare och press men även opinionsbildare inom mode till att på olika sätt medverka under MBFW Stockholm.

ÄSKANDE

För att kunna åstadkomma och utveckla MBFW krävs mycket resurser. Näringslivet bidrar med 4 miljoner SEK vilket täcker kostnader och kringkostnader för visningarna men inte mer. ASFB är en medlemsförening med mycket små medel och för att möjliggöra ytterligare marknadsföringsinsatser krävs ytterligare finansiering. Det är ett mycket bra tillfälle för Stockholms stad att vara med och marknadsföra Stockholm både nationellt och internationellt för en mycket köpstark och men framförallt kulturell målgrupp. Genom gemensam insats kan vi öka antalet besökare ytterligare, sätta Stockholm på modekartan internationellt och främja shopping, hotell och restaurangverksamhet och turism. Vi ansöker därför om stöd till januari 2012 från Stockholms Stad med SEK 300.000.



Stockholm 20120312

Christine Sundberg Carendi
Generalsekreterare
Association of Swedish Fashion Brands