

Stockholm den 5 december 2013



Fotografiska

Ansökan om marknadsföringsinsats i Stockholm Photography Week 2014

Tidpunkt för eventet: 31 mars–6 april 2014

Inledning – kultur, kunskap och nätverk

Fotografiska söker samarbete med Stockholm Visitors Board för att möjliggöra att det årligt återkommande arrangemanget Stockholm Photography Week (SPWK) blir världsledande som plats för nätverkande, utställningar i världsklass och utbyte av kunskap för både yrkesverksamma fotografer samt en bredare nationell och internationell publik. Genom att bjuda in och nå ut till världsledande fotografer, art directors, curatorer, konstspecialister och gallerister vill vi befästa Stockholm som mötesplats för detta nätverk och som internationellt erkänd huvudstad för fotografi.

2014 vill vi i ännu större utsträckning rikta SPWK till en stor och bred publik genom öppna aktiviteter utomhus och på Fotografiska. Målsättningen är att SPWK skall vara en unik anledning för besökare att resa till Stockholm, såväl som en viktig aktivitet för alla dem som redan planerat sin resa till huvudstaden.

Samtidigt som SPWK 2014 äger rum visar Fotografiska separatutställningar med fotograferna Robert Frank (Schweiz/USA), Roger Ballen (USA/Sydafrika) och Julia Fullerton-Batten (Tyskland). Dessa tre konstnärer beräknas stärka intresset från utländsk press för Fotografiska under den vecka SPWK pågår. SPWK kommer härutöver erbjuda internationella journalister en exklusiv möjlighet att träffa Roger Ballen som en del i hans program under SPWK, och intervjua honom om hans utställning *Theater of the Absurd* och vad närvaron i Stockholm på SPWK betyder för honom.

Plats att besöka: Fotografiska och Stockholm - The Capital of Scandinavia and Host City of Stockholm Photography Week

SPWK genomfördes på Fotografiska i Stockholm första gången våren 2011, och nu senast i maj 2013. Kvaliteten på eventet har från starten varit internationellt mycket hög, med

deltagare som Sally Mann, Albert Watson och Mary Ellen Mark. Detta har inneburit att SPWK profilerat sig som en oerhört viktig möjlighet för svenska fotografer och den insatta svenska publiken att möta och ta del av världsledande expertis inom fotografi, och att genom de internationella namnen också sprida det bästa av svensk fotografi ut i världen. Genom ett stärkt och bredare innehåll skall nu SPWK välkomna en ännu större publik och utgöra en anledning för utländska gäster att välja Stockholm som resmål.

I februari 2013 startade Fotografiska en internationell konstmässa dedikerad fotografi, PhotoMarket, som blev oerhört uppskattad av såväl publik såväl som de utländska utställarna som kom från Italien, Nederländerna, Tyskland och Norge. 2014 kommer PhotoMarket bli en del av SPWK och därigenom stärka veckans profil som internationell och högkvalitativ. Mässan kommer även locka ytterligare publik till Fotografiska. De europeiska galleristerna och deras inresta gäster utgör ambassadörer både för Fotografiska och Stockholm som stad i sina nätverk och kanaler. PhotoMarket fyller härutöver en oerhört viktig roll i att stärka Stockholm som ledande plats för konstmarknaden och att attrahera samlare och konstspecialister till vår huvudstad.

Tillsammans med Fotografiskas huvudpartner Panasonic Lumix avser vi dessutom under SPWK 2014 lansera ett stipendium, som skall delas ut till en ung kommande fotograf. Stipendiet skall vara internationellt och kunna sökas oavsett nationalitet. Juryn skall utöver Fotografiskas utställningsansvariga bestå av två eller tre välkända namn från den internationella konstvärlden. Vinnaren av stipendiet kommer resa till Stockholm för att ta emot priset under SPWK.

Innehållet – huvudaktiviteter under SPWK 2014

SPWK är en veckolång hyllning till fotografi för både den initierade och den breda publiken. Innehållet riktar sig såväl de främsta inom fotovärlden som till den stora allmänheten som vill uppleva fotografi av högsta kvalitet och lära sig mer om foto genom samtal. 2014 års upplaga av SPWK innehåller en omfattande förstärkning för att uppnå detta genom den internationella konstmässan PhotoMarket, genom en utomhusutställning, samt genom ett aktivt program av samtal och föreläsningar om fotografi riktade till Fotografiskas alla ordinarie gäster.

Fine Arts Portfolio Reviews – fotografer ansöker om att få visa sitt arbete för branschens ledande internationella experter och antas efter selektering. Denna form för reviews säkrar SPWK:s mycket höga kvalitetsnivå.
Ca 200 personer förväntas delta.

Masters of Photography Workshops – några av världens ledande fotografer håller workshops under SPWK. Dessa workshops är mycket eftertraktade och är ett starkt verktyg för att locka deltagare från hela världen. Deltagare bokar platser via Fotografiskas hemsida.
Ca 200 personer förväntas delta.

Artist lectures – världsledande fotografer föreläser under SPWK under artist till vilka allmänheten är välkommen.
Ca 500 personer förväntas ta del av 2014 års artist lectures.

PhotoMarket – ca 8-10 av Europas ledande fotogallerier kommer till Fotografiska 4-6 april och ställer ut under denna internationella mäsas i mindre format. Galleristerna och vissa av de fotografer som presenteras i av gallerierna kommer finnas på plats för att berätta om foto som konstform. Mässans fokus är kunskapsspridande.
Ca 1.000 personer beräknas besöka mässan varje dag.

Utomhusutställning – utmed ca 500 meter av promenadstråket mellan Slussen och Fotografiska kommer en utomhusutställning presenteras. Härigenom kommer fotografin tillgängliggöras för alla dem som passerar detta stråk; dels till alla Fotografiskas gäster, och även till förbipasserande gäster till de intilliggande färjeterminalerna.

Hög internationell status

En mycket hög kvalitet på innehåll och genomförande har gjort att vi byggt upp en kärnpublik av deltagare i workshops och portfolio reviews som kommer tillbaka; SPWK har inför 2014 års genomförande ett mycket gott rykte bland såväl de professionella fotograferna som publiken. Härigenom har vi byggt upp en grund för att Stockholm internationellt ska anses vara en ledande stad för kultur och affärsmässigt nätverkande.

Majoriteten av deltagarna i workshops och portfolio reviews har tidigare år kommit från en rad olika länder, främst i Europa. Så gott som alla inbjudna revieware har varit utländska och kommer från internationellt välkända företag, institutioner och organisationer och har därigenom bidragit till att göra SPWK till ett internationellt event som även lockar stockholmare.

Detta, i kombination med att SPWK 2014 kommer ha ett nytt omfattande och mycket högkvalitativt innehåll i form av PhotoMarket, gör att Fotografiska som plats, och Stockholm som stad, blir en plats att besöka för stockholmare såväl som nationella och internationella turister.

Bakgrund - den breda nationella och internationella publiken

Fotografiska öppnade i maj 2010 och har snabbt etablerat sig som en av världens främsta mötesplatser dedikerad fotografin. Vår verksamhet har som syfte att ta svensk fotografi ut i världen, och internationellt fotografi i världsklass till Stockholm. Härigenom vill vi verka för att etablera Stockholm som fotografins internationella huvudstad och bidra till att fler besökare och företag lockas till staden. Mot bakgrund av detta vill vi nu satsa i ännu större utsträckning på att nå ut till en bredare internationell publik och göra SPWK till ett arrangemang som lockar fler utländska besökare till Stockholm. Vi tror att SPWK är ett viktigt led i att uppmärksamma Stockholms position som kulturstad och nätverksplats.

Fotografiska har nära 500.000 gäster per år och dessutom ca 14.000 medlemmar (per december 2013). 220.000 fans på Facebook gör att vi har ett mycket stort genomslag med vår verksamhet, främst hos den svenska publiken.

Inför SPWK 2014 kommer vi med PhotoMarket som nytt innehåll nå ut till en stor konstitnerad publik, eftersom mässan – utöver att den attraherar internationella samlare –

utformas som en utställning i sig. Vår förhoppning är att PhotoMarket skall utgöra en anledning för utländska gäster att välja att resa till Stockholm för att se fotografi från den internationella konstmarknaden samlad på en plats under några dagar.

Genom en utomhusutställning utmed gångstråket från Slussen till Fotografiska kommer vi kunna vi under SPWK 2014 kunna erbjuda alla de som passerar på vägen en konstupplevelse. Bilderna kommer vara i större format och placeras utmed promenadvägen för att tillgängliggöras även för dem som inte avser besöka Fotografiska specifikt. Tillstånd för att göra utställningen finns sedan november 2013.

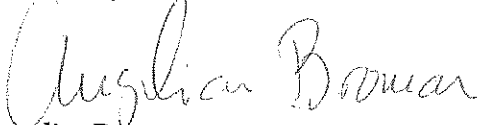
Stockholm som kulturstad och nätverksplats

Mot bakgrund av detta satsar vi nu större på att nå ut till en bredare internationell publik och göra SPWK till ett arrangemang som lockar fler utländska besökare till Stockholm samt stärker och berikar deras upplevelse av Stockholm som en internationellt framstående stad för kultur. Vi tror att SPWK är ett viktigt led i att uppmärksamma Stockholms position som kulturstad och nätverksplats.

Genom samarbete med SVB hoppas vi kunna lyfta ett arrangemang som redan är högkvalitativt och ekonomiskt bärkraftigt till en nivå som verkligen bidrar till att positionera Stockholm som en världsstad.

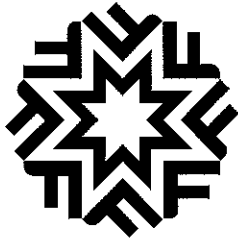
Med ett stöd från SVB på 800.000 kronor skulle vi kunna åstadkomma detta.

Stockholm, december 2013



Angelica Bröman

Ansvarig koncept- och affärsutveckling, Fotografiska
Projektledare Stockholm Photography Week



Fotografiska

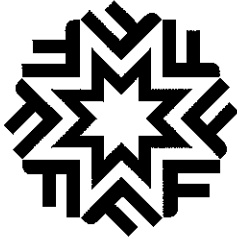
Bilaga 1: Fotografiskas miljöarbete

Fotografiskas fysiska belägenhet på Stadsgårdshamnen gör att vår publik naturligt får del av Stockholms unika miljö vid vattnet. Ett av Fotografiskas kärnvärden sedan starten är att värna miljön.

Stora Tullhuset, som Fotografiska huserar i, har blivit tilldelade en Green Building-märkning, vilket innebär att Fotografiskas arbete för att effektivisera vår energiförbrukning och använda förnyelsebar energi i byggnaden godkänts av Europakommissionen. Från miljövänliga byggmaterial till ekologiska och närproducerade råvaror i restaurangen är varje besökare också en del av det utpräglade miljötanket på Fotografiska.

Hela huset värms upp av bergvärme och förses sedan hösten 2012 med ren el från Telge Energi. En oerhört viktig del i detta leverantörssamarbete är vår gemensamma önskan om att upplysa vår stora publik om förnyelsebar energi.

Återvinningen är det område där vi känner att vi ännu kan bli bättre. Vår målsättning är att ytterligare förbättra återvinningen, som under 2013 levt upp till de krav vi ställer på vårt miljöarbete i huset. Vi har senaste året fört fortlöpande samtal med vår hyresvärd för att hela tiden förbättra arbetet avseende återvinningen. Dessa samtal har varit lyckosamma och givande.



Fotografiska

Bilaga 2: Exponering av varumärke

Plan för exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia

Genom att nå ut i internationella nätverk med Stockholm Photography Week kommer Fotografiska kunna kommunicera Stockholm som *The Capital of Scandinavia* och officiell värdstad för arrangemanget.

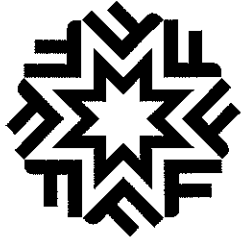
Att aktivt marknadsföra eventet mot den nya publik som utländska besökare skulle utgöra är kostsamt, och skulle kräva exponering i medier och kanaler utöver våra ordinarie. Därför hoppas vi att Stockholm Visitors Board tillsammans med oss vill satsa på SPWK 2014 och hjälpa oss locka fler besökare till Stockholm.

Exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia

- På banner på SPWK:s hemsida.
- I digitala inbjudningar och välkomstkorespondens till speciellt inbjudna gäster till arrangemang under PhotoMarket
- I digitala inbjudningar och välkomstkorespondens till deltagande fotografer och revieware
- I inbjudningar och välkomstkorespondens till internationell press
- I alla ackrediteringspass till journalister samt till utställande gallerister och fotografer.
- I riktade informationsmail till deltagande fotografer
- På 3 skärmar på plan -1 på Fotografiska, dit alla Fotografiskas besökare har tillträde
- Med logotyp i entrén till PhotoMarket
- Med logotyp i kommunikation av SPWK i Fotografiskas egna kanaler (ca 60.000 nyhetsbrevsprenumeranter, 220.000 fans på Facebook)
- I Fotografiskas tidning som utkommer 4 gånger om året som helgbilaga i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Exempel på exponering i tidningen är synlighet av logotyp i puff för SPWK.

Ytterligare marknadsföringsinsatser kan tillkomma härutöver.

Stockholm den 12 december 2012



Fotografiska

Bilaga 3: Budget Stockholm Photography Week 2013

KOSTNADER

Resor
Boende
Arvoden
Lokaler
Bar- och kassahyra
Möbelhyra
Vakter
Dj:s
Skyltning
Mat och dryck
Produktionskostnad PhotoMarket
Produktionskostnader utomhusutställning (promenadstråk mot vattnet mellan Fotografiska och Slussen)
Personalkostnader
Marknadsföring
Stipendium

KOSTNADER TOTALT

1 450 000

INTÄKTER

Deltagaravgifter Portfolio Reviews	175 000
Deltagaravgifter Workshops	400 000
Intäkter företagsarrangemang och försäljning PhotoMarket	395 000
Intäkter entréavgifter/biljettförsäljning; Fotografiska och PhotoMarket (inklusive seminarieprogram)	500 000
Intäkter partnersamarbete avseende stipendium och PhotoMarket	150 000
INTÄKTER TOTALT	1 620 000