

Handläggare: Mattias Rindberg
Tel: 08-508 285 90
E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Association of Swedish Fashion Brands ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Association of Swedish Fashion Brands en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av Fashion Week 2015 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Association of Swedish Fashion Brands (ASFB) har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 10 april 2015 ansökt om ett stöd om 300 000 kronor för marknadsföringen av Fashion Week i Stockholm den 24 – 26 augusti 2015 (bilaga 1).



I enlighet med Stockholms stads evenemangsstrategi kan staden överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen och befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp. Evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm och har en hög internationell status. Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart och bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Evenemanget tangerar kärnvärdena; - Stockholms unika, naturliga förutsättningar (vattnet, ljuset/mörkret, miljön) - Stockholms ledande spetskompetens (IT, life science och miljöteknik) - Spetsområden inom kultur (musik, underhållning, dans). Evenemanget är ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt, upplevs som positivt för och av stockholmarna samt profilerar Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare tillämpas kriterierna. Vidare ska följande dokument bifogas ansökan.

- En realistisk budget vilken ligger till grund för evenemanget.
- En plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med evenemanget.
- En redogörelse över hur arbetet med miljöfrågor ser ut i förbindelse med evenemanget.
- En redogörelse för hur man arbetar med jämställdhetsfrågor i förbindelse med evenemanget och i sin övriga verksamhet.

Efter en beviljad ansökan ska arrangören tillsammans med bolaget undersöka möjligheten att marknadsföra evenemanget mot stockholmarna. Staden accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats.

Efter genomfört evenemang ska följande redovisningar upprättas och skickas till SBR.

- En ekonomisk slutredovisning av evenemanget.
- Antalet besökare på evenemanget.
- Antalet internationellt ackrediterad media på evenemanget.
- Antalet internationella TV kanaler som sändt från evenemanget.

ASFB är en oberoende samordnande organisation skapad av och för den svenska modebranschen med syfte att samla, stödja och främja den svenska modeindustrin. ASFB arrangerar Fashion Week som är ASFBs viktigaste aktivitet för att samla modebranschen och manifesteras svenskt mode.

Fashion Week bidrar på ett positivt sätt till att öka kännedomen om Stockholm och befästa bilden av Stockholm internationellt. Sedan starten 2005 har medias bevakning av

evenemanget ökat med relevant modepress och dagligpress från Tyskland, UK, USA, Danmark och Norge vilka är prioriterade länder för de svenska varumärkena. 2014 uppgick antalet internationellt ackrediterade journalister vid evenemanget till 130 stycken varav 35 var inbjudna av ASFB. Sociala medier har vidare en stor betydelse för evenemanget och synligheten i dessa medier har ökat. Det totala antalet nationella journalister uppskattades till cirka 400 stycken.

Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart och genomförs två gånger per år. Den 24 – 26 augusti genomförs den nittonde upplagan av Fashion Week. Arrangörens övergripande målsättning för Fashion Week är att;

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

För att uppnå målsättningen arbetar arrangören aktivt med att öka kännedomen om Stockholm och Fashion Week, inför kommande visningsvecka.

Parallellt med visningarna pågår andra aktiviteter kopplade till visningsveckan såsom butiksöppningar, konstutställningar och bokreleaser. Som ett sätt att positionera sig mot andra modeveckor runt om i världen arrangeras Fashion Talks. Det anser SBR är positivt genom att en stärkt internationell positionering av evenemanget ytterligare bidrar till att öka kännedomen om Stockholm internationellt. Vid Fashion Talks diskuteras och analyseras frågeställningar kring modebranschen och hållbar utveckling är i fokus. För att möta allmänhetens intresse planerar arrangören att genomföra Fashion Talks i samband med Fashion Night.

Fashion Night syftar till att engagera modeintresserade stockholmare och besökare i samband med Fashion Week samt att driva trafik till engagerade butiker och bidra till en ökad försäljning. 2013 var genomslaget mycket lyckat. Antalet besökare beräknades till 35 000 med försäljnings- och besöksrekord i flera butiker. Även 2014 var mycket lyckat med ett stort antal besökare och en mängd aktiviteter där bland annat NK bjöd besökarna på en modevisning. Publikt attraherade evenemanget 2014 cirka 17 000 personer till visningar och presentationer och cirka 30 000 personer till Fashion Night. På så sätt bidrar evenemanget till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad samtidigt som det upplevs som positivt för och av stockholmarna. Sammanfattningsvis anser SBR att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

Modebranschen i stort sysselsätter totalt sett en högre andel kvinnor (73%) än män (27%). Inom högre befattningar är andelen kvinnor högre än i övriga näringslivet, dubbelt så många kvinnor är VD och på styrelsenivå är 40 procent kvinnor.

ASFB, som branschförening för svenska modedesigners och modevarumärken, arbetar genom kunskapsnätverk för att fler kvinnor i branschen tar plats som VD och i styrelser i bolag. Fashion Week välkomnar kulturell mångfald och utesluter inga medverkande på grund av deras etnicitet, religion, eller sexuella läggning.

SBR kan konstatera att ASFBS ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja ASFB en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor.

Bilagor

1. Association of Swedish Fashion Brands ansökan om stöd.