

SKANDINAVISCHES SALONKULTUR

Text Mahret Kupka Fotos Nicolas Knebel

Eine Fashion Week ohne potente private Geldgeber im Rücken ist heutzutage ein eher seltenes Modell. Von dezentem Engagement – sei es als Sponsor oder Veranstalter – kann bei den meisten aktuellen Formaten ebenfalls kaum die Rede sein. Oft gehen Firmen- und Stadtname eine kongeniale Verbindung ein und der Event wird zu einem Prestigeobjekt, von dem nicht selten der Veranstaltungsort, die Modemacher und Geldgeber gleichermaßen profitieren.

Ein positives Beispiel für eine Veranstaltung dieser Art ist die seit 2005 bestehende Fashion Week by Berns, die zweimal jährlich im altherwürdigen Berns Salonger in Stockholm stattfindet und vorrangig schwedischen Labels eine Präsentationsplattform bietet. Von Beginn an veranstalten die Organisatoren das Unterfangen als Fortführung ihres langjährigen kulturellen Engagements. Seit seiner Eröffnung 1863 zieht das Hotel schwedische und internationale Kreative und Künstler, insbesondere Musiker und Modedesigner an. Wechselnde Ausstellungen runden das Angebot ab. Mittlerweile hat die Fashion Week by Berns wesentlich zum internationalen Vormarsch skandinavischer Mode beigetragen. Das zunehmende Interesse besonders der nationalen Designer, ihre neuesten Kollektionen einer breiten Öffentlichkeit exklusiv im Rahmen dieser Fashion Week vorzustellen, spricht zusätzlich für das Event. Mittlerweile nehmen rund 20 schwedische Label an der Fashion Week by Berns teil, darunter auch international bekannte Größen wie Acne Jeans, Filippa K und Whyred. Yvonne Sörensen-Björud, CEO von Berns Salonger, sprach mit J'N'C über die Idee, Mode als festen Bestandteil des kulturellen Lebens zu etablieren.

Was ist die Idee hinter der Fashion Week by Berns?

Die Fashion Week by Berns ist eine private Initiative, die 2005 gestartet wurde. Zuvor gab es schon unterschiedliche, mehr oder weniger erfolgreiche Versuche, eine schwedische Fashion Week zu organisieren. Das Ziel von Berns war vor diesem Hintergrund, gemeinsam mit Kooperationspartnern ein einheitliches Event umzusetzen, das internationale Presse und Einkäufer in die Stadt bringen würde.

Welche Rolle spielt dabei Berns Salonger, der Ort, an dem der Event stattfindet?

Berns Salonger bietet eine ganze Reihe an schönen und vor allem historischen Räumen, deren Gestaltungsgeschichte z. T. bis ins 19. Jahrhundert zurückreicht. Das Unternehmen hat eine lange Tradition als Treffpunkt zeitgenössischer Kultur in Stockholm, da passt eine Fashion Week mit jungen Designtalenten perfekt ins Konzept.

Während der Fashion Week gibt es neben den Shows und Präsentationen eine Vielzahl von Seminaren. An wen richten sich diese?

Mit unseren Seminaren hoffen wir die Debatte um Mode als Teil zeitgenössischer Kultur anzuregen. Zudem bieten sie auch der Öffentlichkeit die Möglichkeit, die Fashion Week, die sonst nur einem Fachpublikum und der Presse zugänglich ist, zu besuchen. Das letzte Seminar im

SCANDINAVIAN SALON CULTURE

A fashion week without the backing of a strong private sponsor is something of a rare breed these days. Nor can one speak of understated involvement – whether it be as a sponsor or organiser – for most current formats. Company and city names often strike up a congenial alliance and the event becomes a prestige affair, from which the event location, fashion designers and sponsor regularly profit in equal measure.

A positive example of this kind is the Fashion Week by Berns, which takes place twice a year at the time-honoured Berns Salonger in Stockholm and offers predominantly Swedish labels a presentation platform. From the very beginning, the organisers have seen the venture as a continuation of their long-term cultural commitment. Since it opened in 1863, the hotel has been attracting Swedish and international creative heads and artists, especially musicians and fashion designers. Temporary exhibitions round off the offer. Fashion Week by Berns has meanwhile made a significant contribution to the international advancement of Scandinavian fashion. The increasing interest of national designers in particular to present their latest collections to a wide public exclusively as part of this fashion week also speaks volumes for the event. Around 20 Swedish labels meanwhile take part in Fashion Week by Berns, including internationally renowned greats like Acne Jeans, Filippa K and Whyred. Yvonne Sörensen-Björud, CEO of Berns Salonger, talked to J'N'C about the idea of establishing fashion as an integral part of cultural life.

What is the idea behind Fashion Week by Berns?

Fashion Week by Berns is a private initiative, which was launched in 2005. Before that there were already different, more or less successful attempts at organising a Swedish fashion week. With this in mind, the aim of Berns was to create a standardised event, together with cooperation partners, which would bring international press and buyers to the city.

What role does Berns Salonger, the event venue, play in this?

Berns Salonger offers a whole array of beautiful and above all, historic rooms, the design history of which goes back as far as the 19th century. The company has a long tradition as a meeting point of contemporary culture in Stockholm, so a fashion week featuring young design talents fits in perfectly with the concept.

As well as the shows and presentations there are also a variety of seminars during Fashion Week. Who are these aimed at?

With our seminars, we hope to encourage debate on fashion as part of a contemporary culture. They also offer the public an opportunity to visit the Fashion Week, which is otherwise only accessible to a specialist audience. The last seminar in January 2008 was carried out in cooperation with Antonia Ax:son Johnson, the manager of Axel Johnson AG. The subject



Januar 2008 wurde in Kooperation mit Antonia Ax:son Johnson, der Leiterin der Axel Johnson AG realisiert. Thema war ‚Mode und Nachhaltigkeit – Paradoxon oder Möglichkeit?‘. Unter anderen konnten wir Katherine Hamnett als Sprecherin gewinnen.

Seit diesem Jahr ist auch die Mercedes Benz AG mit im Sponsorenboot. Es scheint, als würde die Fashion Week by Berns international immer mehr Interesse erregen und an Bedeutung gewinnen. Wie sehen Sie die Entwicklung?

Mit den Jahren ist es sehr viel einfacher geworden, internationale Presse für unsere Fashion Week zu interessieren. Oft hören wir, dass unsere Runway-Shows qualitativ sehr hochwertig seien. Natürlich freut es uns, dass mittlerweile international etablierte Label wie Acne oder Fifth Avenue Shoe Repair ihre neuesten Kollektionen bei uns zeigen. Dennoch ist es uns weiterhin sehr wichtig, eine Plattform für viel versprechende Nachwuchsdesigner zu sein.

Gibt es, neben den bereits erwähnten Seminaren, weitere Sonderveranstaltungen?

Während der letzten Fashion Week by Berns im Juni veranstalteten wir zum ersten Mal das Musik- und Modeevent ‚Fashion Rocks‘. Diese völlig eigenständige Charity-Veranstaltung richtet sich an die Öffentlichkeit und findet ebenfalls hier im Berns Salonger statt. Zum einen sind sechs bis acht Nachwuchsdesigner eingeladen, ihre Kollektionen zu präsentieren. Zum anderen stellen wir sechs bis acht junge Musiker vor, die entweder aus Schweden stammen oder hier leben und arbeiten. Während wir also den spannendsten Kreativnachwuchs vorstellen, sammeln wir Geld für einen guten Zweck. Mode und Musik – von dieser Kombination versprechen uns viel!

Stockholm und Kopenhagen – die großen Metropolen Skandinaviens werden gerne als Konkurrenten dargestellt. Sie selbst sprechen von Ihrer Veranstaltung als „strongest catwalk in Scandinavia“. Sehen Sie das tatsächlich so?

Wir betrachten die Copenhagen Fashion Week ganz klar als Konkurrenzveranstaltung, auch wenn die Organisatoren dort unter ganz anderen Umständen arbeiten. Die Kopenhagener Modewoche bekommt Unterstützung durch die dänische Regierung, ganz im Gegensatz zu uns, die wir private Investoren haben. Unser Vorteil ist ganz klar der einzigartige Veranstaltungsort im Zentrum Stockholms, der uns zudem einen reibungslosen Ablauf garantiert. Man sagt uns auch nach, dass wir die qualitativ hochwertigeren und beeindruckenderen Shows haben.

Wie erfolgt die Auswahl der Designer?

Das ist unterschiedlich. Zum einen gehen bei uns Bewerbungen ein und wir treffen unsererseits eine Auswahl, zum anderen gibt es gesponsorte Shows.

Wie wichtig sind die Medien, und dabei vor allem junge Medienformen wie z.B. Blogs?

Die Medien spielen natürlich immer eine wichtige Rolle. Da wir aber sehr junge und cutting-edge Mode zeigen, ist uns besonders daran gelegen, in entsprechend jungen Medienformen präsent zu sein, wie z. B. auf Social-Media-Plattformen, in Blogs und bestimmten Foren.

Vielen Dank für das Gespräch.

was ‚Fashion and Sustainability – Paradox or Opportunity?‘ And we have been able to get Katherine Hamnett, amongst others, on board as a speaker.

Mercedes Benz AG also came on board the boat of sponsors this year. It seems as if the Fashion Week by Berns is arousing more and more interest and gaining in international significance. How do you see the development?

Over the years, it has become a lot easier to get the international press interested in our Fashion Week. We often hear that our runway shows are of a very high quality. Of course we're delighted that meanwhile internationally established labels like Acne and Fifth Avenue Shoe Repair are showing their latest collections at our event. However, it is still very important to us to be a platform for promising up-and-coming designers.

As well as the seminars you have already mentioned, are there any other special events?

During the last Fashion Week by Berns in June we launched the music and fashion event ‚Fashion Rocks‘ for the first time. This completely stand-alone charity event is aimed at the public and also takes place here at Berns Salonger. Six to eight aspiring designers are invited to present their collections on the one hand, and we present six to eight young musicians, who either come from Sweden or live and work here on the other. While we also present the most exciting creative young talent, we raise money for a good cause. Fashion and music – it's a promising combination!

Stockholm and Copenhagen – Scandinavia's big cities are often referred to as rivals. You describe your event as the "strongest catwalk in Scandinavia".

Do you really see it like that?

We see Copenhagen Fashion Week very clearly as a rival event, even if the organisers there work under very different circumstances. Copenhagen Fashion Week receives support from the Danish government, unlike ours; we rely on private investors. Our advantage is very clearly the unique venue in the centre of Stockholm, which also guarantees that everything runs smoothly. People also say that we have higher quality and more impressive shows.

How do you select the designers?

It varies. We receive both applications as well as making a choice on our part, plus there are sponsored shows.

How important are the media, and especially young media forums such as blogs for example?

Of course the media always play an important role. But as we show young and cutting edge fashion, we're especially interested in being present in relevant young media forums, such as on social media platforms, in blogs and certain forums.

Thank you very much for the interview.