

DE SKA TA FASHION WEEK I STOCKHOLM TILL NÄSTA NIVÅ

Association of Swedish Fashion Brands (ASFB) tar in kommunikationsbyrånätverket XperienceGroup som medarrangör för modeveckan i syfte att ta Nordens främsta visningsarena till nästa nivå. Samtidigt inleds ett samarbete med Mall of Scandinavia som blir ny strategisk partner till Fashion Week i Stockholm.

Den svenska modebranschorganisationen Association of Swedish Fashion Brands (ASFB) har sedan dess grundande 2009 arbetat aktivt med Fashion Week i Stockholm. Nu inleder ASFB ett samarbete med kommunikationsnätverket XperienceGroup som blir medarrangör till evenemanget. Koncernen består av tolv specialister inom Brand Experience och arbetar bland annat med rättigheter som Volvo Ocean Race, Smaka på Stockholm, Everest Challenge och Sveriges Olympiska Kommitté. XperienceGroup ska tillföra kraft till evenemangets kommersiella utveckling, konceptualisering och kommer ansvara för samtliga partnerskap.

- Fashion Week i Stockholm är Nordens främsta visningsarena och en självklar plattform för Sveriges ledande modevarumärken. XperienceGroup är den perfekta medarrangören till veckan med sin styrka inom kommersiell utveckling som kompletterar vår långa erfarenhet av modebranschen. Detta skapar fantastiska förutsättningar att ta modeveckan till nästa nivå, säger Emma Ohlson, generalsekreterare ASFB.
- Vi är mycket stolta över att få axla ansvaret som medarrangör till detta prestigefyllda evenemang, säger Patrick Walldén, VD för XperienceGroup. Tillsammans med ASFB och Mall of Scandinavia har vi fantastiska förutsättningar att utveckla veckan vidare till en innovativ plattform som attraherar inte bara Nordens främsta modevarumärken utan också den modeintresserade allmänheten. Stockholm skall pulsera av trender och modeinnovation.

Nu presenteras även Mall of Scandinavia som en ny strategisk samarbetspartner till evenemanget. Det nya centrumet har snabbt etablerat sig som en självklar destination för shopping och nöjen, och det starka utbudet inom modesegmentet är en av anledningarna till succén. Här finns svenska varumärken såsom Tiger of Sweden, J.Lindeberg, Lexington, Björn Borg och Filippa K och genom flertalet multibrand-butiker blir den totala representationen av svenska varumärken mycket stor.

Den nuvarande kärnverksamheten med modevisningar av Sveriges ledande modevarumärken i innerstaden kommer fortsatt vara huvudfokus för veckan. Den gemensamma visionen framåt är att fortsätta utveckla Fashion Week i Stockholm som en innovativ eventarena och samtidigt hitta nya sätt att nå ut till den modeintresserade allmänheten med Mall of Scandinavia som ny strategisk partner.

- Vårt engagemang i modeveckan grundar sig dels i vår roll som arena för väletablerade svenska varumärken men även för nya talanger, säger Lars-Åke Tollemark, Managing Director Nordic för Unibail-Rodamco, som står bakom Mall of Scandinavia. Genom pop-ups i Mall of Scandinavias "The Designer Gallery" ges nya varumärken chans att möta kunden genom en fysisk butik i ett attraktivt läge, säger Lars-Åke Tollemark.

Nästa Fashion Week i Stockholm anordnas den 29-31 augusti med Berns som officiell arena.

För mer information vänligen kontakta:

Emma Ohlson, generalsekreterare Association of Swedish Fashion Brands
emma.ohlson@asfb.se, 070-752 49 58

Catja Färdig, kommersiellt ansvarig Fashion Week i Stockholm
catja.fardig@xperiencegroup.com, 073-803 72 65

Lars-Åke Tollemark, Managing Director Nordic, Unibail-Rodamco
lars-ake.tollemark@unibail-rodamco.com, 073-350 60 10

För mer information om Fashion Week i Stockholm besök <http://fashionweek.se>

För mer information om XperienceGroup besök <http://xperiencegroup.com>

För mer information om ASFB besök <http://asfb.se/sv/>

För mer information om Mall of Scandinavia besök <http://mallofscandinavia.se>