

# 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