

COLUMN

AFW X METRO



DANIE
BLES

nieuwsredactie@metronieuws.nl

De showvenue staat, David Laport bereidt zich voor op zijn runway show, de opening van Amsterdam Fashion Week (AFW). Voor het Amsterdam Fashion Week Team en mijzelf is het event de climax van dit waanzinnige avontuur. Het magische moment waar alles samen komt en het bewijs dat je alleen met elkaar Amsterdam Fashion Week tot een succes kan maken. Hier ben ik alle showende merken, partners, supporters van AFW ontzettend dankbaar voor.

De weg naar de eerste editie van Amsterdam Fashion Week was als een puzzel van 2.500 stukjes die gelegd moesten worden: de verschillende belangen, veel inspirerende ontmoetingen met gevestigde designers en jong talent, de zoektocht naar de beste beauty partners, een schema met de juiste balans, een nieuw team... Maar na driehonderd liter koffie en vrachtladingen chocola is het dan zover.

Het was mijn grote wens om de Amsterdamse mode-week te verplaatsen naar het hart van de stad, het statige Museumplein, om het evenement de zichtbaarheid te geven die het verdient. Daarnaast moest de Amsterdamse

Fashion Week in het internationale prêt-à-porter schema ingepast worden, een veel logischer moment op de modedalender.

Het programma van deze eerste editie van de nieuwe Amsterdamse mode-week zie ik als een set schakels die samen een cirkel vormen, met Lichting als 'ziel' en middelpunt van Amsterdam Fashion Week; het aanstormend talent van de Nederlandse modewereld. Ik vind het heel belangrijk dat de kloof tussen jonge, veelbelovende creatieven en de arbeidsmarkt gedicht wordt. Ze moeten een podium krijgen om opgemerkt te kunnen worden. Dat platform biedt Amsterdam Fashion Week al jaren.

Maar voor de gezonde balans, vind ik het ook belangrijk om de commerciële merken, die zich al bewezen hebben, een mooie plek te bieden. De commerciële laten zich op hun beurt weer inspireren door het jonge talent, dat overloopt van creativiteit. De jonkies kijken de kunst af bij de *emerging designers*, die weer een voorbeeld nemen aan de gevestigde namen.

Maar wat alle partijen die meedoen aan Amsterdam Fashion Week verbindt, is dat ze één gemeenschappelijk doel hebben: de consument bereiken. Dat is ook de reden

dat we als Amsterdam Fashion Week ervoor gekozen hebben om de See Now, Buy Now-formule in te zetten. Het merendeel wat er op de catwalk te zien is, is direct beschikbaar online en in de winkels.

En er is meer voor de consument: in samenwerking met Google hebben we een YouTube-cinema waar de voorbijgangers gratis de shows via de livestream kunnen bekijken, talks kunnen bijwonen van bekende namen uit de modewereld en make up tutorials krijgen van bekende visagisten. In het Rijksmuseum zijn er speciale Fashion Tours van bloggers Linda Tol, Charlotte Groeneveld en Anna Nooshin.

Ik ben ontzettend trots op het programma van deze nieuwe 'edit' van Amsterdam Fashion Week en ik ben alle partners, designers, labels, de gemeente Amsterdam en het Museum Kwartier en iedereen die zich aan het event heeft verbonden ontzettend dankbaar voor support. Zonder hen geen Amsterdam Fashion Week. Daarnaast natuurlijk credits voor het AFW Team, want zonder hun liefde en tomeloze inzet, zou Amsterdam Fashion Week er ook niet zijn.

Wat je nu ziet en meemaakt, is slechts het begin van het nieuwe Amsterdam

Fashion Week. Er zullen ongetwijfeld dingen misgaan en geplande activiteiten anders lopen, of over het hoofd worden gezien.

Maar één ding is zeker; Amsterdam Fashion Week 2018 is een feit. Ik hoop dat iedereen die deze editie heeft bezocht, consument of professional, geïnspireerd naar huis gaat. Mijn grote droom voor de toekomst is dat Amsterdam Fashion Week een eigen en kenmerkende rol zal innemen in Amsterdam, en voor de lange termijn: de internationale modewereld.

A girl can dream, right?

