

GÖTEBORGS MODEBRANSCH

- En underdog eller ett modelejon?



Introduktion

Den här rapporten är resultatet av en förstudie som hösten 2017 gjordes kring hur ADA kan hjälpa utveckla Göteborgs modebranschnätverk.

Förstudien gjordes av Victoria Cleverby, praktikant på ADA och elev vid Masterprogrammet i Business & Design vid HDK och Handelshögskolan i Göteborg.

Utifrån ett användarcentrerat perspektiv har en designmetodik använts för att samla och analysera data för att få en bild av Göteborgs modebransch. Datan bygger på stora delar av intervjuer, och inom ramen för projektet har 35 stycken personer med olika koppling till Göteborgs modebransch blivit intervjuade.

De definitioner som gett projektet dess begränsningar presenteras här bredvid.

Rapporten ligger till grund för vidare rekommendationer av hur Göteborgs modebransch kan fortsätta utvecklas.

De geografiska kriterierna för att man ska räknas som Göteborg innebär att man har sitt huvudkontor i:

- Stenungsund
- Tjörn
- Lilla Edet
- Alingsås
- Kungälv
- Ale
- Öckerö
- Kungsbacka
- Mölndal
- Härryda
- Lerum
- Partille
- Göteborg

Modebranschen definieras som de företag som främst sysslar med:

- Herrkläder
- Damkläder
- Barnkläder
- Sport (ej utrustning)
- Skor
- Accessoarier

Förutom de som jobbar med mode i form av design och/eller produktion räknas även:

- Utbildningar
- Butiksägare
- Stylist
- Modejournalister
- Fotografer
- Smink/hår
- Studios
- Modellingenturer
- Set design

Underdoggen

När aktörer inom Göteborgs modebransch har intervjuats är det ett ord som dykt upp om och om igen; Underdog.

Göteborgs modebransch känner sig som en underdog i jämförelse med Stockholm som har utsetts till Sveriges modehuvudstad, som har både modeveckor, modemässor och en stark media och PR-representation, något som Göteborg känner sig sakna.

Närheten till Borås och Köpenhamn som även de är starka modestäder skapar en känsla av konkurrens. Och modebranschen i Göteborg att de är tvungna att ta i från tårna för att kunna höras och synas.

Att vara en underdog är att vara underlägsen. Är Göteborgs modebransch verkligen underlägsen? Det är den fråga den här rapporten kommer att undersöka.



Göteborgs textila bakgrund

Den svenska textil- och beklädnadsindustrins framväxt skedde i främst tre regioner; Sjuhäradsbygden, Norrköping och Göteborg. Där fanns det närhet till en hamn, tillgång till lämpligt vatten för beredning av textilier, samt vattenkraft. Textilindustrins ursprung i Göteborg brukar härledas till repslagerierna, vilka började anläggas under mitten av 1600-talet.

Då Göteborg länge varit en betydande sjöfartsstad, framför allt genom handeln med Storbritannien, kom handelsmännen i Göteborg tidigt i kontakt med de nya engelska spinnmaskinerna och mekaniska vävstolarna, samt det som skulle bli textilindustrins viktigaste råvara; bomullen.

Dessa faktorer utgjorde tillsammans grunden för framväxten av fabriksmässig tillverkning av bomullstextilier, och ända fram till en bit in på 1900-talet var textilindustrin den dominerande industrigrenen i Göteborg. År 1915 hade Göteborgs textilindustri cirka 15 procent av hela landets bomullstextilproduktion.

Under mellankrigstiden fick bomullsindustrin lämna plats till framför allt sömnads- och trikåindustri. Det var marknadsläget och de utmärkta transportförbindelserna med resten av Sverige som gynnade denna typ av industris lokalisering till Göteborg. Från andra världskriget slut och till mitten av 1960-talet skedde de stora utflyttningarna av tillverkning och godshantering från storstäderna. Textil- och beklädnadsindustrin under 1950- och 1960-talen utgjorde ändå en viktig, om än krympande, del av Göteborgs industristruktur.



Göteborgs samtida textila bakgrund

Vad som oftast inte nämns när Göteborgs modehistoria beskrivs är hur viktig företaget JC varit för Göteborgs samtida modebransch.

JC startades 1962 av köpmännen Gunnar Lenfors och Arne Karlsson, den första butiken öppnades i Helsingborg.

2002 flyttade huvudkontoret från Borås till Mölnlycke, och 2006 flyttade huvudkontoret till Stockholm efter att ha blivit uppköpta av RNB.

Vid denna flytt valde 80 % av personalen att inte följa med till huvudstaden. Istället startade många av dem egna företag. JC fungerade således som en plantskola för designers som idag driver egna varumärken i Göteborg. Exempel på detta är Nudie, Monki och Jumperfabriken m.fl.



En flora av märken

Göteborg har en mängd olika modemärken. Här finns stora jättar och nystartade företag, och allt däremellan. Här till höger visas bara en bråkdel av vad som går att finna i Göteborgs modemylla.



Göteborgs modebransch i siffror

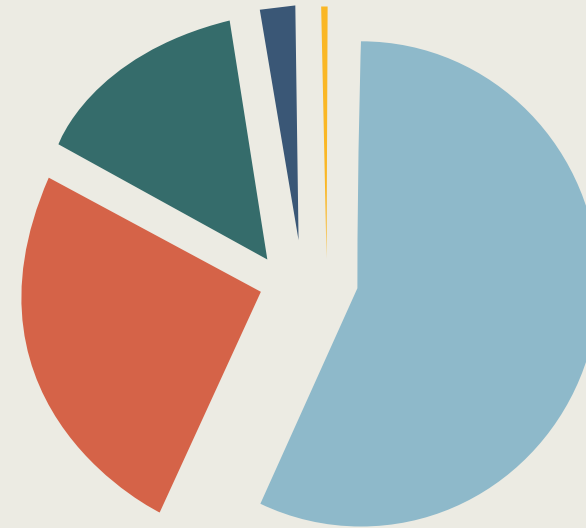
Det finns många sätt att mäta hur många som jobbar inom en bransch, ett av dem är att se till antalet arbetsställen.

Med arbetsställen menas en geografiskt avgränsad adress, fastighet eller grupp av närliggande fastigheter där företaget bedriver stadigvarande verksamhet minst 20 timmar/vecka och/eller har anställd personal. Som arbetsställe räknas inte tillfälliga arbetsplatser eller hemadresser.

Totalt fanns det 2 336 arbetsställen inom modebranschen* i Göteborg år 2016, och hur dessa var fördelade (enligt storleksklass) går att se i diagrammet här bredvid.

Vill man jämföra dessa siffror med andra KKN-näringar så är det mer än dubbelt så många arbetsställen som reklambyråer erbjuder, och lite mer än 5 gånger så många arbetsställen som arkitektkontoren har.

Antal arbetsställen i storleksklass (antal anställda) i Göteborgs modebransch 2016



- 0 st (56,8%)
- 1-4 st (26,2%)
- 5-19 st (14,4%)
- 20-199 st (2,4%)
- 200+ st (0,1%)

* Definitionen av modebransch bygger på den definition som Tillväxtverket använder sig av i sin rapport "Kreametern".

Göteborgs modebransch i siffror

Totalt erbjöd de kulturella och kreativa näringarna i Göteborg 15 408 arbetsställen år 2016.

Av dess var 2 336 arbetsställen inom modebranschen i Göteborg samma år.

Det betyder att ca 15,2 % av arbetsställena inom kreativa och kulturella näringar i Göteborg återfinns inom dess modebransch.

15,2 %

av arbetsställena inom KKN i Göteborg
återfinns inom modebranschen.

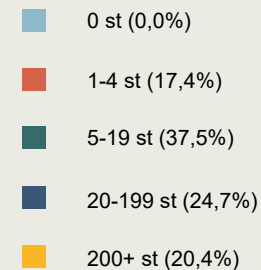
Göteborgs modebransch i siffror

Om vi mäter på ett annat sätt kan vi istället se på antalet anställda inom Göteborgs modebransch så var det totalt 7 584 personer år 2016.

Som anställda räknas personer för vilka arbetsgivaren är skyldig att redovisa A-skatt för som huvudarbetsgivare i samband med utbetald lön (arbetsinkomst).

Vill man jämföra med andra KKN-näringsar så var det straxt under 5 gånger så många anställda som hos reklambyråerna, och lite mer än 5 gånger så många anställda som vid arkitektkontoren.

Antal anställda i Göteborgs modebransch 2016 i storleksklass (antal anställda).



Göteborgs modebransch i siffror

Totalt sett var antalet anställda inom kulturella och kreativa näringar i Göteborg 21 005 stycken år 2016.

Av dess var 7584 anställda inom modebranschen i Göteborg samma år.

Det betyder att ca 36,1 % av de anställda inom kreativa och kulturella näringar i Göteborg återfinns inom dess modebransch.

36,1 %

av de anställda inom KKN i Göteborg återfinns inom modebranschen.

Göteborgs modebransch idag

Göteborg modebransch är hem åt en mängd olika företag; Kappahl, Nudie, Lindex, Jumperfabriken, Elvine, MQ & Twist & Tango, m.fl.

Det finns också en uppsjö av mindre företag och nystartade företag som varit svåra för oss att hitta.

Vi har därför bett Göteborgs modebransch om hjälp för att kunna hitta alla moderelaterade företag genom att skapa ett öppet dokument alla har tillgång till på internet. I skrivande stund har 64 företag identifierats.

Du är välkommen att bidra till vår företagsbank genom att följa den [här](#) länken.



Styrkor, svagheter, möjligheter och hot

Ett annat sätt att skapa sig en bild av det landskap Göteborgs modebransch befinner sig i är att göra en SWOT-analys.

SWOT står för strengths, weaknesses, opportunities och threats. Vilket på svenska har fått titlarna styrkor, svagheter, möjligheter och hot.

På nästa sida kan du se hur SWOT-analysen ser ut.



Styrkor

- Huserar två av Sveriges väldigt stora klädmärken (Kappahl, Lindex)
- Närhet till välutbildad personal (Tillskärarakademin/Borås)
- Finns en variation av märken på en existerande modescen
- Göteborg coolness (svartklubbar, levande musikscen)
- Göteborg som en logistisk strategisk stad



- Mode som en av Göteborgs största KKN-branscher
- Mode som en ekonomiskt stark bransch i Sverige
- Vilja från verksamma att ha produktion i Göteborg
- Inflyttad arbetskraft med textil kompetens från utlandet
- Vilja från politikernas sida att satsa mer på KKN (men utan pengar?)

Möjligheter

Svagheter

- Modevärldens långa processer och kapitalkrav och ständiga tidsbrist
 - Saknar representation av stylist, journalister, PR-byråer
 - Svårt att få tillgång till kapital vid expansion
 - Upplever att de saknar stöd av Gbg Stad
 - Komplex gentemot andra modestäder
 - Saknar en känsla av stolthet
 - Utflyttning till andra städer
 - Oformulerad USP
 - Inget avantgarde



Borås, Stockholm & Köpenhamn som närliggande starka modestäder

- Lågkonjunkturer
- Dåligt integrerad bransch
- Hårt klimat för småföretagare
- Logistikproblem (hamnstrejk exempelvis)
- Dyra hyror (Fastighetsägare har monopol)
- Utbildningar läggs ner - kompetens försvinner
- Lindex och Kappahl ser inte sin lokala anknytning
- Övergång från industrisamhälle till tjänstesamhälle
- Borås & Stockholm som starka närliggande modestäder
- Förändrade beteenden inom den privata konsumtionen
- E-handel, kunderna handlar digitalt vilket betyder förändringar för butikerna

Hot

Ett stort hjärta

Är det något som är slående med Göteborgs modebransch så är det dess utövares stolthet över sin stad och sitt ursprung.

Vissa säger att det marina arvet syns i stilen, att sjömansränderna aldrig går ur staden.

Andra påpekar att Göteborg alltid varit en röd stad även om den bäst säljande färgen är blå.

Men ser man förbi det uppenbara finner man en bransch med stor genorositet och ett ännu större hjärta.



En mötesplats

Något som blivit tydligt utifrån de intervjuer som gjorts med aktörerna inom Göteborgs modebransch är att de vill dela med sig av sina kunskaper och erfarenheter.

Man önskar göra det genom en mötesplats. I intervjuer har de tillfrågade fått berätta vilken form de ser att en sådan mötesplats skulle kunna ha och förslagen är många.

Pop-Up verksamhet

Utställningar

Fortbildning

Kunskapsutbyte

Showroom

Co-working Space

Butik

Members Club

Mentorskapsprogram

Plats för att nätverka

AW / Mingel

Inspirationsföreläsningar

Företagsutveckling

Makerspace

Modelejonet!

Som vi har kunnat se i den här rapporten har Göteborg en välvuxen modebransch med en mängd olika varumärken i olika storleksklasser.

Modebranschen är en viktig del av Göteborgs kulturella och kreativa näringar. 36,1 % av de anställda inom KKN är anställda inom just modebranschen vilket innebär att straxt över en tredjedel av de anställda inom KKN i Göteborg jobbar med mode.

Här finns en stolthet över sitt arv och för sin stad. En sådan stark känslomässig koppling kan bli en fantastisk tillgång i arbetet med att fortsätta utvecklas.

Här finns också en stor vilja att ses, modebranschen vill mötas för att dela med varandra. Även det en tanke som tyder på en stor generositet och vilja att nå nya höjder.

Så kanske är det inte en underdog som representerar Göteborgs modebransch, kanske är det ett modelejon? Ett modelejon som till skillnad från underdoggen är stolt och stark, inte alls särskilt underlägsen!



Referenser

Texten om Göteborgs textila historia är baserad på rapporten *"Den textila modeindustrin i Göteborgsregionen"* En kartläggning av Carina Gråbacke och Jan Jörnmark. Utarbetad på uppdrag av Business Region Göteborg och publicerad i mars 2008.

JC historia och flytt finns beskriven i artiklarna *"Så förstörde JC sitt varumärke"* skriven av Marie Kennedy och publicerad i GP 11 mars 2013 samt *"Case: Konsten att döda ett varumärke"* skriven av Sten Sjögren och publicerad i veckans affärer 13 juni 2013.

Statistiken som presenteras bygger på siffror från SCB.

Kontakt

För frågor, funderingar eller reflektioner kontakta:

Victoria Cleverby
victoria.cleverby@telia.com
www.studionandaro.com

Karin Persson
karin.persson@adasweden.se
www.adasweden.se