
Mercedes-Benz mit neuem Konzept für die Fashion Week

Zehn Jahre, nachdem Mercedes-Benz die internationale Mode über ein Titelsponsorship erstmals nach Berlin gebracht hatte, setzt die Marke das Mode-Engagement 2018 in der Hauptstadt fort. Nach dem Rückzug des bisherigen Veranstalters aus Deutschland im vergangenen Jahr entsteht nun ein neues Format: die Mercedes-Benz Fashion Week Berlin, kurz MBFW. Das neue Format, das von der Kreativ- und Produktionsagentur Nowadays entwickelt und umgesetzt wird, beginnt im Januar mit einer Veranstaltung im E Werk in Berlin Mitte.

Das neue Konzept umfasst maximal zu zehn Designerschauen pro Saison an zwei bis drei Tagen im Januar und Juli 2018. Darüber hinaus wird die MBFW digitaler und moderner. Eine neue Website liefert Besuchern und Interessierten einen klar strukturierten Überblick über die stattfindenden Schauen und alle wichtigen Informationen über die Designer, bald unter www.mbfw.berlin.

Als Titelsponsor und Initiator bietet Mercedes-Benz Designern mit der MBFW weiterhin eine Plattform zur Präsentation ihrer Kollektionen. Darüber hinaus entwickelt Mercedes-Benz in Partnerschaft mit dem Fashion Council Germany (FCG) ein Programm zur internationalen Designer-Nachwuchsförderung. Seit mehr als 20 Jahren hat sich Mercedes-Benz als Partner von ausgesuchten Mode-Events weltweit etabliert. Die Marke ist auf über 60 Mode-Plattformen weltweit präsent, darunter auch die Mercedes-Benz Fashion Weeks in Sydney, Peking, Berlin, Istanbul und Mailand oder das renommierte „Festival International de Mode et de Photographie“ in Hyères. Mercedes-Benz unterstützt zudem ausgesuchte internationale Mode-Events und hat sich in den vergangenen Jahren besonders in der Nachwuchsförderung begabter Designer einen Namen gemacht.
(ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz Fashion Week (MBFW).

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Mercedes-Benz Fashion Week (MBFW).

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Mercedes-Benz Fashion Week (MBFW).

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler
