

MODEBELOFTE

Projectplan Ontwikkelpoject 2018 - 2019



BRABANT C

1. MODEBELOFTE

Wat is de Modebelofte?

De Modebelofte is een tentoonstelling platform dat zich richt op de toekomst van de mode industrie en haar spelers. Het fundament van het platform zijn de creaties van jonge, vooruitstrevende modetalenten uit binnen- en buitenland die, in de ogen van de Modebelofte organisatie, fundamentele veranderingen in de mode industrie teweeg gaan brengen door te leiden en niet te volgen. Middels de ontwerpen van deze rebelse talenten toont de Modebelofte relevante ontwikkelingen in materiaal, techniek, thematiek en attitude.

Sinds 2007 manifesteert de Modebelofte zich tijdens de Dutch Design Week te Eindhoven in de vorm van een 10-daagse expositie die de bevindingen van het platform inzichtelijk maakt voor het grote publiek. Dit gebeurt aan de hand van een zorgvuldig samengestelde selectie van afstudeerprojecten van Bachelor- en Masterstudenten van nationale en internationale ontwerpopleidingen.

De Modebelofte is in het leven geroepen door De Krabbedans te Eindhoven. Een van de belangrijkste beweegredenen om de Modebelofte op te richten was het feit dat mode slechts marginaal aan bod kwam tijdens de Dutch Design Week. Dit ondanks dat er binnen de internationale designwereld een groeiende aandacht was voor crossovers met de mode-industrie. Of het nu ging om het exploreren van draagbare concepten of de flirt met de technologie in de vorm van wearable technologies en smart textiles.

In 2014 nam Ellen Albers het stokje over van De Krabbedans. Deze overdracht betekende een grote verandering voor het karakter van het platform. Waar eerder met name Nederlands en Belgisch talenten werden gepresenteerd, wordt sinds 2014 ook ver over de grens gezocht naar talent.

2. Ontwikkelproject

Nieuwe Koers naar Internationalisering

Het Modebelofte format bleek de afgelopen jaren een groot succes. De meest recente editie in 2017 telde maar liefst 65.000 bezoekers, was een van de meest bezochte locaties tijdens de DDW en werd door een filmcrew van de VPRO als een van de highlights bezocht. Vanwege dit groeiende succes is er eind 2017 een nieuwe koers ingezet. Deze koers is gericht op het toekomstdoel van het platform: het sterker positioneren en internationaliseren van de Modebelofte.

Mede met behulp van de financiële steun van Brabant-C wil de Modebelofte de komende maanden de eerste stappen gaan maken in deze nieuwe koersrichting. In oktober 2018 worden de eerste resultaten en verdere toekomstplannen onthuld aan het publiek van de Dutch Design Week in Eindhoven.

Ontwikkelkarakter

Waar staat de Modebelofte nu?

In haar huidige vorm bestaat de Modebelofte uit een uitbundige 10-daagse tentoonstelling op een bijzondere locatie gedurende de Dutch Design Week in Eindhoven.

Elk jaar baseert de Modebelofte een relevant thema op basis van tendensen binnen hedendaagse kunst en cultuur evenals bredere maatschappelijke en sociale ontwikkelingen. In deze zinnenprikkende, thematische expositie wordt een internationale selectie van werken van ongeveer twintig net afgestudeerde modestudenten getoond: de talenten. Dit kunnen zowel Bachelor als Master graduates zijn.

De afgelopen jaren is er werk getoond van zo'n 120 alumni van onder meer de volgende academies: ArtEZ Hogeschool voor de Kunsten (NL), Gerrit Rietveld Academie (NL), Design Academy (NL), Koninklijke Academie voor Schone Kunsten van Antwerpen (BE), Central Saint Martins (UK), Royal College of Art (UK), London College of Fashion (UK), University of Westminster (UK), Polimoda (IT), Shih Chien University (TW) en Parsons (USA).

Naast de fysieke collecties van de jonge ontwerpers worden er op locatie ook de maakprocessen en gedachtegangen van de talenten getoond middels portfolio's, materiaalonderzoek, lezingen en VR (Virtual Reality) belevingen. De Modebelofte website brengt gedurende, en na afloop van, de DDW de expositie in beeld middels expositie-fotografie, -tekst, een overzicht van de deelnemers alsmede partners en sponsors.

Waar wil de Modebelofte heen?

De langdurige voorbereidingen van de organisatie, curatoren en producenten zijn relatief beperkt zichtbaar (in de vorm van de expositie) in verhouding tot de financiële- en tijdsinvesteringen die jaarlijks met veel toewijding worden volbracht. Dit geldt ook voor de kennis die elk jaar wordt verworven.

De Modebelofte denkt dat deze kennis en investeringen veel beter kunnen worden benut en gedeeld door zich op nieuwe manieren en plekken toonbaar te maken aan het grote publiek. Om deze reden heeft de Modebelofte als doel om zich naast nationaal ook internationaal te gaan profileren en presenteren. Met het team en de jaarlijkse expositie in Eindhoven als basis wil de Modebelofte vanuit Brabant internationaal uitwaaiëren, om ook daar haar doelstellingen (connectie, innovatie en inzicht) en doelgroepen (modetalenten, mode-industrie en het Modebelofte publiek) te bereiken, inspireren en activeren! Lees meer over de doelstellingen en doelgroepen van de Modebelofte in het apart bijgevoegde Marketingplan.

Over een paar jaar wil de Modebelofte een sterke internationale reputatie hebben verworven als hét platform dat innovatie in de mode vroegtijdig toont en daarbij actief connecties legt met de mode industrie en haar spelers. Dit platform moet in de komende jaren zowel offline als online vorm gaan nemen. Middels het versterken van de volgende vier onderdelen denkt de Modebelofte het platform naar dit beoogde, internationale niveau te kunnen tillen:

1. Exposities & Programmering

Status Quo: Het eerste onderdeel betreft de fysieke (offline) Modebelofte tentoonstelling waarin het werk van de modetalenten wordt geëxposeerd. Binnen dit onderdeel is het expositie ontwerp van de Modebelofte een van haar troeven. De immersieve ontwerpen werken als een sterke magneet om bezoekers naar binnen te trekken en dompelen hen vervolgens onder in een belevingswereld waar alle zintuigen worden geactiveerd.

De tweede troef is het scherpe curatorische vermogen van het team om vroegtijdig talenten te ontdekken en hen, door middel van de zinnenprikkende expositie, opvallend in het gezichtsvelds van de pers, publiek en de industrie te positioneren.

Wat de Modebelofte naast de expositie in groeiende mate wil aanbieden is een randprogramma met masterclasses, workshops, private tours en talk-shows. Dit is nodig om dieper in te kunnen gaan op de context en totstandkoming van de getoonde collecties en thematieken. Iets wat in normale fashion shows zelden wordt getoond. De eerste stappen zijn reeds gemaakt met internationale Modebelofte workshops bij onder anderen het hoofdkantoor van Nike in Portland, de Elisaba University in Barcelona, Shih Chien University in Taiwan en Alvar Aalto Design Academie in Finland.

Toekomst doel: In het creëren en produceren van het expositie ontwerp en de randprogrammering gaat veel tijd, geld en energie zitten. Dit geldt eveneens voor de processen rondom scouting, curatie en het schrijven van de teksten. Het feit dat al deze investeringen en alle vergaarde kennis nu slechts 10 dagen per jaar zijn te ervaren tijdens de Dutch Design Week benut niet de volledige potentie hiervan. Om deze reden wil de Modebelofte de komende jaren de expositie en randprogrammering op meerdere internationale locaties tonen. Een tweede belangrijk motief voor internationalisering is dat de Modebelofte op deze manier een breder, internationaal platform kan bieden aan haar participanten en daarmee de kans op zichtbaarheid en connectie met de industrie zal weten te vergroten.

2. Fellowships

Status Quo: De Modebelofte expositie biedt haar jonge participanten publiciteit en zichtbaarheid. Het platform wil echter meer: het ondersteunen van talentontwikkeling in de vorm van opdrachtgeverschap. In 2017 is hier een begin mee gemaakt met de pilot versie 'Modebelofte x Vlisco Fellowship'. Het Nederlands textielmerk Vlisco heeft in overleg met de Modebelofte één talent uit de selectie gevraagd een capsule collectie van 4 stukken te maken. De ontwerpen werden geëxposeerd in een paviljoen naast de Modebelofte expositie. De betaalde opdracht gaf de jonge ontwerper Sander Bos de kans nieuw werk te produceren met behulp van de kennis, technieken en faciliteiten van het textielbedrijf.

Toekomst doel: In toekomstige edities wil de Modebelofte de fellowships opnieuw uit te kunnen reiken aan een of meerdere van de geselecteerde talenten en bedrijven. De uitkomsten van de fellowship(s) zullen worden gepresenteerd in een satelliet paviljoen rondom de Modebelofte expositie (zowel de nationale als internationale edities). Hiermee garanderen we de opdrachtgevers de publiciteit die het evenement genereert en bieden we tegelijkertijd meer context rondom de tentoonstelling en het doel van de Modebelofte: innoverend nieuw talent injecteren in de gevestigde mode industrie.

3. Intermediar

Status Quo: De Modebelofte wordt ieder jaar georganiseerd en uitgevoerd door een kleinschalig team. Dit team financiert het evenement met behulp van sponsoren en de vrijgevigheid van partners maar bovenal door een grote eigen bijdrage in werkuren en financiering. Om de Modebelofte in de toekomst zakelijk beter te reguleren is het platform in 2018 omgezet naar een stichting. Op deze manier wil het team de kosten en inkomsten van het platform beter in kaart brengen. Dit is nodig om de financiële structuur en planning van de betrokken partijen te waarborgen.

Toekomst doel: Om bovengenoemde reden is er een zakelijk adviseur bij de Modebelofte betrokken. Samen met deze adviseur wordt er gekeken naar een verdienmodel dat het platform in de toekomst zelfstandig(er) zou kunnen maken. De wens van de organisatie is om in de toekomst te functioneren alsof een kennisbank en schakel tussen talent en klant. Deze klant kan worden gezien als een opdrachtgever uit de industrie zoekende naar

nieuw talent, maar ook bijvoorbeeld een deelnemer van een workshop of een bezoeker van een masterclass gegeven door Modebelofte talenten.

Gedurende de komende 5 jaar wil de Modebelofte uitgroeien tot een intermediair, waar het platform haar talenten niet alleen promoot in tijdelijke exposities maar ook vertegenwoordigt en voorziet van opdrachten en inkomsten via een online platform dat het hele jaar te bezoeken is. (zie onderdeel 4).

4. Online Platform

Status Quo: Om de zichtbaarheid en kennis van de Modebelofte te vergroten en te verlengen, wordt er naast het fysieke platform, de expositie, gewerkt aan een digitaal platform dat het hele jaar te bezoeken is.

De ambitie is dat het online platform de volgend onderdelen samen zal brengen:

- **Een archief van de afgelopen Modebelofte edities** in de vorm van tekst, fotografie en film.
Een dergelijk compleet overzicht ligt al klaar maar is nog niet online beschikbaar.
- **Een opiniepagina** waarin gedurende het jaar interviews worden gedeeld met (voormalig) deelnemers.
- **Een database van alle Modebelofte alumni.** Sinds 2012 heeft het platform een podium geboden aan zo'n 120 mode talenten. Vanwege een gebrek aan tijd en geld bleek het onmogelijk contact te houden met het volledige bestand aan ex-deelnemers. Juist deze nazorg acht de organisatie van Modebelofte als cruciaal voor de ontwikkeling van het Modebelofte-platform. Graag willen we in kaart brengen wat de expositie voor de talenten heeft betekend en waar zij zich nu in hun loopbaan bevinden. Om deze reden wordt er een database aangelegd. Elke (geïnteresseerde) Modebelofte alumni krijgt binnen deze database een eigen profiel waarin hij of zij haar werk kan tonen middels fotografie en video. Eveneens zullen de profielen voorzien zijn van informatie over de werkervaring van de jonge ontwerpers. Deze database met profielen vormt de basis voor de eerder genoemde intermediair functie.

Toekomst Doel: Met behulp van dit digitale platform wil de Modebelofte in de toekomst naast haar eigen visie en identiteit die van jonge visionairs delen met een breder online publiek. De collectieve kennis en ervaringen van de organisatie evenals de deelnemers kunnen volgens de organisatie van baat zijn voor (jonge) professionals en studenten. Het online platform is eveneens een belangrijk middel voor de positionering en branding van het platform dat wil uitgroeien tot een toonaangevend adviesorgaan voor de industrie.

3. Activiteiten 2018 - 2019

Om bovenstaande toekomst doelen en onderdelen te toetsen en valideren wil de Modebelofte deze gedurende de 2018 editie op kleine schaal gaan testen. De periode zal zich uitstrekken van mid 2018 tot mid 2019. Als onderdeel van het ontwikkelproject willen we de volgende activiteiten concreet inzetten:

1. Expositie 2018: Realisatie en Internationaal Hergebruik

De expositie is het startpunt om vanuit Brabant internationaal bekendheid te vergaren en vervolgens uit te waaiëren. Daarom is het streven om in 2018, zoals de voorgaande jaren, een overdonderende expositie neer te zetten die bij pers en publiek direct in het oog springt. Daarnaast zal, in tegenstelling tot de afgelopen jaren, het expositie ontwerp van de Modebelofte 2018 zodanig worden georganiseerd, ontworpen en geproduceerd dat deze mogelijk direct herbruikbaar is om op andere locaties opnieuw te realiseren. Hiertoe behoort de ook mogelijkheid om delen van de expositie op kleine schaal te kunnen tonen op nieuwe locaties ter promotie van en voorbereiding op grootschalig internationale presentaties.

Na de DDW in 2018 wil de organisatie graag 1 - 2 internationale locaties bezoeken met de 2018 editie van de Modebelofte.

Daarnaast kan worden gedacht aan investeringen die het platform in de komende jaren kosten zullen besparen omdat ze herbruikbaar zijn per expositie. Hierbij kan worden gedacht aan het aanschaffen van bijvoorbeeld eigen paspoppen, televisie schermen, beamers, projectie doeken, geluidsystemen en lampen.

De Modebelofte expositie zal even als vorig jaar plaats vinden in het voormalige V&D pand in het centrum van Eindhoven. Er is dit jaar gekozen voor het thema 'Shape Shifters'. De term, die letterlijk "vormverwisselaar" betekent, duidt op het vermogen van een wezen om een volledige vorm- of gedaantewisseling te ondergaan. Het eeuwenoude begrip wordt binnen de mythologie, folklore en speculatieve fictie toegekend aan mythologische wezens en verklaard door bovennatuurlijke interventies of door het gebruik van magie.

De term heeft een directe link naar mode waar vorm, en silhouette, en het veranderen daarvan een belangrijke rol speelt in de historie van de discipline. De organisatie ziet in recente afstudeer projecten dat voorgeschreven silhouetten en standaarden in toenemende mate worden losgelaten of vervormd. Modestudenten vervormen het lichaam middels kledingstukken om een statement te maken.

Echter blijkt het thema ook relevant in een bredere sociale en maatschappelijke context. Het Modebelofte team constateert een toenemend menselijk verlangen om regie te nemen over het eigen lichaam door het te vervormen, verbouwen of neutraliseren. Make-up tutorials met miljoenen hits, de strijd voor genderneutraliteit, barbiepoppen met een nieuw silhouette, massa-populariteit voor televisie shows over Drag-Queens en de opkomst van menselijke robots zijn stuk voor stuk getuige van onze fantasie en vermogen om van vorm te wisselen.

Het thema Shapeshifters is breed interpreteerbaar en toepasbaar maar de kern is helder: het verkent en bevraagt de vorm van het naakte of het geklede lichaam en daarmee de identiteit en vooroordelen die met deze vormen worden geassocieerd.

Het expositie ontwerp zal evenals voorgaande jaren worden geïnspireerd door de werken van de geselecteerde talenten. Over de vorm hiervan valt om deze reden nog weinig te zeggen. Wel is duidelijk dat er in tegenstelling tot voorgaande jaren meer gebruik gemaakt zal worden van beeldschermen om de bezoekers te voorzien van meer informatie over de deelnemers en de promotiefilm van Bart Hess te tonen.

2. Uitbreiden van Randprogrammering

Graag zou Modebelofte haar aandacht, naast het tonen van de fysieke creaties, in de toekomst meer willen richten op kennisoverdracht. Om deze reden staat het bieden van een aanvullend randprogramma hoog op de 2018-agenda. Dit programma wordt gebruikt om alle facetten van het 2018 thema te belichten. Het randprogramma zal zich richten op: lezingen, talk-shows, rondleidingen en masterclasses door Modebelofte alumni en deelnemers. Na de DDW in 2018 wil de organisatie daarnaast graag meerdere nationale en internationale locaties bezoeken met het randprogramma van de 2018 editie van de Modebelofte.

Naast de kennisoverdracht heeft dit onderdeel ten doel de mogelijkheid te verkennen voor toekomstige inkomstenbron voor het platform. Zijn soortgelijke programma's in de toekomst mogelijk als een op zichzelf staand format, wat los van de expositie internationaal kan worden georganiseerd?

3. Realisatie 1 - 3 Fellowships

In 2017 werd een pilot versie van het Fellowship succesvol getest met de Helmondse stoffenfabrikant Vlisco en de Vlaamse ontwerper Sander Bos. Voor 2018 zou de Modebelofte graag 1 tot 3 fellowships mogelijk maken met internationale bedrijven als Nike, Adidas, Patagonia, Ecco Leather of Auping. Graag wil de organisatie ook een Brabants bedrijf uitnodigen voor de Fellowship.

Een fellowship houdt in dat een bedrijf als partner van de Modebelofte een betaalde opdracht geeft aan een van de participanten die vervolgens in-house bij dat bedrijf aan de slag mag om een onderzoek, ontwerp of een kleine collectie te creëren. De Modebelofte geeft advies over welke participant en bedrijf een goede match zouden zijn en is actief betrokken tijdens het project als adviseur. De uitkomsten van de fellowships worden als satelliet tentoonstelling naast de Modebelofte gepresenteerd om de directe link zichtbaar te maken. Binnen deze nieuwe samenwerkingsvormen wil de Modebelofte de mogelijkheid verkennen om een toekomstig verdienmodel toe te passen op dit format.

4. Oplevering Eerste Versie Online Platform

In November 2017 is er een begin gemaakt aan het verzamelen van de gegevens van een kleinere selectie Modebelofte alumni. De keuze voor deze selectie is doelbewust gemaakt op basis van de mate waarin de organisatie de alumni representatief acht voor het streven en attitude van het platform. Deze gegevens, tezamen met de gegevens van de 2018 deelnemers, zullen worden gebruikt om een eerste versie van de het online Modebelofte platform te ontwikkelen. Het online platform zal worden opgeleverd en gepresenteerd tijdens de Dutch Design Week 2018 als volwaardig onderdeel van de expositie. Deze eerste versie van het online platform zal worden gebruikt om:

- De ervaringen, behoeften en constatering van de Modebelofte alumni en deelnemers in kaart te brengen middels een enquête en interviewvragen.
- De organisatorische en bewerkingsprocessen te verkennen die nodig zijn voor het tot stand brengen en houden van het platform.
- Het meten van bezoekers data.

4. Het Team

Om bovenstaand ontwikkeltraject tot een succesvol einde te brengen is het volgende team betrokken:

Stichting:

- Ellen Albers: Voorzitter (hoofdtak), initiator en connector (neventaken)
- [Jan Karel van der Staay](#): Secretaris, penningmeester.
- [Oscar Tomico Plasencia](#): algemeen bestuurslid

Partners:

- [Harm Rensink](#): Expositie ontwerper en curator (reeds sinds 2014 bij de Modebelofte betrokken)
- [Grietje Schepers](#): Expositie ontwerp, connector en talentscout
- [Lisanne Franssen](#): Curator en talent scout
- [Niek Pulles](#): Ambassadeur (reeds sinds 2014 bij de Modebelofte betrokken)
- [Mo Veld](#): Schrijver (hoofdtak) en consultant (neventaak) (reeds sinds 2014 bij de Modebelofte betrokken)
- Frank Verkade: Communicatie en fondsenwerving
- Maarten Albers : Zakelijk adviseur (zoon van voorzitter Ellen Albers, adviseert de organisatie kosteloos).
- [Hoax](#): Grafische huisstijl, branding en ontwikkeling online platform
- [Bart Hess](#): Promotiefilm

De kwaliteit van het interne Modebelofte team zit hem in het vloeibare karakter. Ieder heeft zijn hoofdtaak en neventaken maar zal waar nodig de anderen assisteren. Op deze manier bewaakt het team de artistieke en inhoudelijke kwaliteit van het platform. Naast bovengenoemde teamleden wordt het netwerk van de organisatie gebruikt om de komende weken een geschikte project manager, social media manager en productie manager te vinden alsmede een pr-bureau en vrijwilligers.

5. Risico Analyse

Voor dit projectplan heeft de organisatie middels een kwalitatieve analyse de risico's voor de vier onderdelen in de activiteitenplanning 2018 - 2019 in kaart gebracht. De analyse is gericht op de nieuwe risico's die het team zal tegenkomen in de eerste jaren van hun ontwikkeltraject.

Organisatorisch

- De teamleden achter de Modebelofte zijn niet in fulltime dienstverband, maar hebben andere projecten / posities in het werkveld. Met een grotere activiteiten kalender voor 2018 en 2019 zal het team meer tijd moeten vrijmaken (zowel logistiek als financieel) voor gezamenlijke (wekelijkse) meetings.
- Om (een deel van) de Modebelofte op andere locaties te organiseren en realiseren is het noodzakelijk een lokale productie manager bij het team te betrekken.
- Het realiseren van de fellowships zal tijdconsumerend zijn voor het team omdat dit veel communicatie en goedlopend relatiebeheer met potentiële partners zal vergen.
- Het realiseren van het online platform zal tijdconsumerend zijn voor het team omdat dit veel communicatie met alumni en analyseren van bezoekersaantallen zal vergen.
- De fondsenwerving om de activiteitenplanning te realiseren is een tijdconsumerend proces voor het team, dat ook uren zal moeten inplannen voor het rapporteren aan de fondsen na afloop van en tijdens het subsidietraject.

Financieel

- Het Modebelofte team is organisch gegroeid de afgelopen edities. Om een sterke internationale positie in te nemen zal het team moeten worden uitgebreid met meer kennis en mankracht. De organisatie moet daarnaast deze nieuwe 'dienstverbanden' kunnen bekostigen.
- Om de gehele internationale garde van Modebelofte participanten 2018 naar Nederland te kunnen halen voor de randprogrammering zijn veel financiële hulpmiddelen nodig om reis en verblijf te kunnen bekostigen.
- Het organiseren en realiseren van (een deel van) de Modebelofte expositie op andere locaties brengt nieuwe kosten met zich mee zoals: zorgvuldige afbouw, opslag van expositie delen tot de vertrekdatum, nieuwe transportkosten (en het organiseren daarvan), het regelen van vergunningen en verzekeringen voor deze reizende expo.
- Het bouwen van het online platform zal grotendeels moeten worden uitbesteedt, wat een financiële aanslag zal zijn op de begroting. Het is noodzaak vooraf een projectprijs af te spreken.
- Daarnaast moet worden gewaakt voor de nazorg van het platform, dit moet door het team zelf gedaan kunnen worden i.v.m. hoge uurtarieven van website ontwerpers en programmeurs.

Productie

- De productie beslaat in 2018 naast de gewoonlijke expositie nu ook het produceren van het randprogramma en de paviljoens voor de fellowships. Dit zal een extra belasting zijn voor het team en haar financiële middelen. Daarom zal een strakke productie planning moeten worden opgesteld.
- Het internationaal produceren van de expositie c.q. het randprogramma of delen daarvan vergt kennis van de wetten en regelgeving van het desbetreffende land.
- Naast de productie van de fysieke bovengenoemde onderdelen is er daarnaast de productie van het online platform. Ook dit zal in de agenda van het team moeten worden meegenomen.

6. Vervolgtraject

Doorkijk na het ontwikkelproject 2018 - 2019 & Groeipotentie

De vier genoemde activiteiten zoals hierboven beschreven kunnen samengevoegd worden gezien als een 'testjaar' opweg naar het overkoepelende toekomstdoel: het sterker positioneren en internationaliseren van de Modebelofte. Na evaluatie van het ontwikkeltraject zal de Modebelofte zich richten op het vervolgtraject. De belangrijkste onderdelen hiervan zijn:

1. Uitbreiden internationale koers

Waar de organisatie in dit eerste jaar nog 1 a 2 buitenlandse locaties wil bezoeken met haar expositie c.q. randprogrammering, daar liggen de ambities voor de jaren daarna hoger en wil de Modebelofte het liefst 4 tot 5 locaties aandoen. Het reizende concept zal elke keer vertrekken vanuit de Dutch Design Week in Eindhoven, het startpunt en de thuishaven van de Modebelofte. Beoogde internationale bestemmingen zijn de Salone del Mobile in Milaan (jaarlijks in april), Design Tokyo (jaarlijks in juli) en New York Textile Month (jaarlijks in september). Naast de context van design festivals kan er ook worden gedacht aan een museale context of transdisciplinaire festivals zoals South by Southwest in Texas, USA.

2. Groei aandeel fellowships

Deze schaalvergroting geldt ook voor de fellowships. Na het testjaar met 1 tot 3 fellowships ambieert de Modebelofte om daarna tot 10 fellowships te komen in jaren die volgen. Dit betreft zowel internationale als nationale, regionale partners, om zo internationaal bereik te hebben maar niet het contact met de Brabantse basis te verliezen. Wat uiteindelijk de beste samenwerkingsvorm en realisatie zal zijn van de fellowships wordt in het eerste jaar nauwkeurig onderzocht.

3. Online Platform, versie 2.0

Na de launch van de eerste versie van het online platform worden de resultaten geëvalueerd en het vervolgtraject voor doorontwikkeling uitgezet. Ingeschat wordt dat het platform enkele tussenfases kent voordat het haar uiteindelijke vorm zal bereiken, omdat testversies en evaluaties noodzakelijk zijn om tot de perfecte interface en website constructie te komen. Stap voor stap moet het platform uitgroeien tot een veelbezochte website die functioneert als een kennisbank voor de doelgroepen van de Modebelofte (*modetalenten, mode-industrie en het Modebelofte publiek*).

De website bezoekers kunnen passief rondkijken, inspiratie en kennis opdoen, maar ook actief in contact komen met de alumni van de Modebelofte middels de database-functie van de website. Het doel is dat deze database uiteindelijk alle portfolio's van de meer dan honderd ex-Modebelofte participanten toegankelijk maakt voor spelers uit de mode industrie die op zoek zijn naar jong talent. Meer dan honderd portfolio's is echter een enorme berg om door te spitten. In het maken van de juiste match tussen speler en talent ziet de Modebelofte een belangrijke taak voor haar weggelegd als intermediair.

Zoals in dit plan te lezen is, heeft de Modebelofte grote internationale ambities. De organisatie hoopt de eerste fase hiervan met behulp van de steun van Brabant C succesvol te kunnen volbrengen.