

Prosjektilskudd - større kulturprosjekt 2017

Kort prosjektbeskrivelse

Fårikål vil i samarbeid med Osterøy museum og Lone Teppeindustri AS utvikle en kommersiell og tidsriktig ulljakke basert på vikingteknikken Varafell. Gjennom prosjektet ønsker vi å sette søkelys på eldre håndarbeidsteknikker og hvordan disse kan bli med oss inn i moderne tid gjennom industriell produksjon. Gjennom prosjektet vil vi nå ut til nye målgrupper og bevisstgjøre dem om vår kulturarv.

Fårikål ønsker også sette søkelyset på aktører på vestlandet som driver med håndtverksteknikker og industriell produksjon for å åpne en verden av norsk kulturarv for nye målgrupper.

Fårikål bruker eldre håndarbeidsteknikker og anvender dem i moderne mote, og mener at identiteten vår skal kunne bæres på kroppen også til hverdags, ikke kun med bunad til fest. Vi vil også jobbe med lokal produksjon så langt det lar seg gjøre.

Produktutvikling/ Prototype 20.mars - 30.mai

Fårikål ønsker å samarbeide med Osterøy Museum for å utvikle en jakke-prototype i Varafell teknikk. Prototypen vil både ha fokus på moderne design, og tilpasning av Varafell teknikken til et moderne uttrykk. Osterøy museum har uttrykt et klart ønske om å jobbe med kommersialisering for Varafell teknikk, for at museet skal nå ut til nye målgrupper.

Industriell produksjon 30.mai - 30.juli

Fårikål og Osterøy museum vil jobbe med industriell produksjon av Varafell-jakken og har innledet en dialog med Lone Teppeindustri AS. Målet er å konvertere Varafell teknikken til industriell produksjon, og sette opp en ny verdikjede som gir oss en bærekraftig kalkyle. Dette skal lede til produksjon av 50 jakker, s,m,l i en unisex modell.

Utstilling/pop-up shop 1.september til 1 oktober

Når jakkene er ferdig produsert vil de stilles ut i en pop-up shop i Bergen sentrum, og etterpå på Osterøy museum. Pop-up shoppens hovedformål er å la kundene prøve jakken på, og få mulighet for å kjøpe jakken der og da. Samtidig forteller vi om Varafellens opprinnelse, og arbeidet med å modernisere teknikken for en ny tid hos Lone Teppeindustri AS. Slik vil nye målgrupper informeres om vår kulturarv, og Osterøy Museums arbeid med å bevare denne - samt Lone Teppeindustri arbeid.

Utvikling av webshop 1.juni - 1 september.

Fårikål ønsker å gjøre jakken tilgjengelig for alle. Derfor ønsker vi å opparbeide en nettbutikk som hoveddistribusjonskanal for salg av jakken. Nettbutikken vil være en del av en nettside som allerede er blitt satt opp av Fårikål, som inneholder informasjon om håndverksteknikker, bilder fra husflidslag og mini-instruksjonsvideoer.

Støtte:

Vi søker støtte til å realisere produktutvikling av en prototype basert på en gammel norsk håndverksteknikk for industriell produksjon i samarbeid med Osterøy museum, tilrettelegging av industriell produksjon hos Lone Teppeindustri AS, gjennomføring av pop up shop og utstilling, og utvikling av webshop. Støtten vil la oss utvikle produktet og plattformene det distribueres i på et høyt profesjonelt nivå, både designmessig og næringsmessig.

Med støtten vil vi kunne:

- Kommunisere viktigheten av å ta vare på kulturarven vår til et bredere publikum
- Ha muligheten til å utvikle et innovativt tradisjonsbasert tekstil og skape en ny verdikjede for kommersiell klesproduksjon i Bergen
- Få til tverrfaglig kompetanseutveksling mellom museum/historisk kompetanse, industrielle aktører og moderne design og markedsføring

Presentasjon av søkere



Fårikål mottok i 2015 etablererstipend av Bergen kommune pålydende 40.000 kroner for å opprette AS. I løpet av 2015 opprettet vi et AS, og brukte midlene våre til å kjøpe norskproduserte materialer til vår første kolleksjon som skal vises i mars. Vi kunne også delta på kursvirksomhet hvor vi lærte oss gamle håndverksteknikker og vi kunne inngå avtaler med 5 forskjellige husflidslag som supplerte oss med teknikker. Midlene dekker også fremvisningen av kolleksjonen i Isotop fellesatelier med påfølgende pop-up shop fra 10.3-12.3 og fotoshoot til lookbook i slutten av februar.

Fårikål har som mål å bli et livsstilsmerke hvor vi anvender norsk og vestlandsk kulturarv kombinert med moderne design i ulike prosjekter hver sesong. Vi ønsker å skape en møteplass for unge og talentfulle klesdesignere, møbeldesignere, produktdesignere, grafiske designere og kunstnere og skape synergi effekter mellom dem, gamle håndverksteknikker og norsk industri under Fårikål som paraply. Målet fremover er ett produkt per sesong, i samarbeid med en designer/maker, en med kompetanse på kulturarv/teknikker (husflidslag/historiker) og en industriell produsent i Norge.

Fårikål er bygget på tre mennesker med sterk kompetanse innenfor sine felt klesdesign, grafisk design og markedsføring. Vi har jobbet veldig godt sammen de siste to årene gjennom tykt og tynt, og er spent på hva fremtiden bringer.



Kompetanse

Viktoria Aksnes er klesdesigner og selvstendig næringsdrivende. Hun har utdannelse fra moteskolen ESMOD i Oslo. Viktoria jobber mest med å designe klær til og style sin søster Aurora, som er artist. Hun tar også enkeltoppdrag som stylist, og hennes seneste oppdrag er styling av Depresnos nyeste musikkvideo. Viktoria har et modernistisk og spennende formspråk, og er en dyktig syerske og mønsterkonstruktør.

Iben Bergstrøm er daglig leder og markedsansvarlig i Fårikål, og har en bachelorgrad i markedskommunikasjon og PR fra BI Bergen. Iben har jobbet mange år i markedsføringsbransjen ved siden av skolen, og gikk ut med en bachelorgrad i 2013. Hun har vært svært sentral i brillemerket Kaibosh's suksess, og mottok i 2014 merket for godt design. I tillegg til å bygge opp to nettbutikker har Iben omfattende erfaring innen digital markedsføring både som rådgiver i egen bedrift for kunder som Vakker.no, Theodor Olsen sølvvarefabrikk, Babyliss, Sundt Motehus og FN. Hun har også fungert som rådgiver innen sosiale medier hos Handelshøyskolen BI, og har jobbet med Google annonsering, SEO, PPC, måling og sporing som account manager

i Synlighet, og vært ansvarlig for digitale medier i JM Norge. Hun har også 15000 månedlige besøk på motebloggen Iben Bergstrøm, som hun har drevet siden 2008. Strategi, branding, innholdsmarkedsføring og PR, samt opinionsleder markedsføring er hennes fagfelt. Iben gikk også faget Tekstilkultur 1 i fjor, og lært om alle norske håndverksteknikker og deres historie. Akkurat nå går Iben på vevekurs i regi av KHiB, og jobber som konsulent innenfor innholdsproduksjon ved siden av.

Stine Malene Foss Berg tar for tiden en mastergrad i visuell kommunikasjon ved Kunst- og designhøgskolen i Bergen. Hun har freelancet som grafisk designer i flere år for flere forskjellige kunder, blant annet som freelancer hos Kaibosh, sammen med Iben. Hun har en unik kombinasjon av form, funksjon, konseptuell tankegang og kommersiell forståelse. Stine har også mye erfaring som prosjektleder i kreative team, og er dreven i tydelig kommunikasjon i en designprosess for å oppnå et resultat alle er fornøyde med. Stine har utformet Fårikåls visuelle identitet og nettside.

Introduksjon

Arbeidet med å utvikle et norskprodusert kommersielt produkt forankret i norsk kulturarv er fase 2 i arbeidet med introduksjonen av livsstilsmerket Fårikål, hvor fase 1 er kolleksjonen som lanseres 10.mars 2017.

Bevisstheten og forståelsen rundt håndverk hos den generelle forbruker har økt drastisk i løpet av de siste årene. “‘People are getting tired of the same old big-box retail products,’ sa Etsy.coms direktør til magasinet "The Economist" i 2014. Å anskaffe håndverksprodukter er en kjøpsopplevelse som baserer seg på historiefortelling, og en delt lidenskap mellom den som lager produktet og kjøperen. Objektet som kjøpes er ikke lenger et produkt med en kjent logo på, men et produkt med en historie som gir verdi hos kjøperen. Håndverkstrenden ledes av forbrukere som verdsetter kvalitet, som ønsker å forstå hvor produktene deres kommer fra, historien bak produktene og menneskene som lager dem. Forbrukerne ønsker å se hvordan hele verdikjeden fungerer, ikke bare sluttproduktet.

Fårikål har tidligere gjennomført to markedsundersøkelser som belyser nettopp dette. Vi spurte 100 respondenter om de ville betalt mer for et plagg som var norsk produsert, og majoriteten sa ja. Vi ønsket også å vite om de var interessert i klær som hadde kulturarv i seg, med samme resultat. Funnene bevitner en link mellom uttalelsen til the Economist - fast fashion og store, kjente merkevarer er ikke like aktuelt i dag som for 3-4 år siden.

Fårikåls visjon er å modernisere norske kunsthåndverksteknikker og materialer gjennom moderne moteklær. Mange kunsthåndverksteknikker er på vei til å dø ut, og med Fårikål ønsker vi å forhindre dette ved å modernisere dem. I mars viser vi vår første kolleksjon, på 6 antrekk - bestående av prototyper vi har designet sammen med 5 forskjellige husflidslag på Vestlandet. Vi ønsker også å sette søkelyset på tekstilressursene vi har tilgjengelig i Norge og bruke disse i produktene våre. Når kolleksjonen er fremvist ønsker vi å bygge videre på håndverksteknikkene vi har brukt med et kommersielt produkt.

Vår tanke er at gjennom kommersialisering vil håndverkteknikkene kunne nå ut til et langt bredere publikum både nasjonalt og internasjonalt. Slik vil også flere bli bevisste på denne kulturarvens eksistens, og teknikkene vil kunne leve videre i et moderne samfunn, hos en moderne forbruker.



Varafell teknikken

En varafell er et vannavstøtende og varmende tekstil som har eksistert siden vikingtiden. Fellen veves på Oppstadvev med ullrenning og innslag av grå ull fra spelsau. Deretter veves små stykker med toppull fra lokale sauer (sauebønder på osterøy) inn i bunntekstilet, før det dras ut igjen og skaper den rufsete effekten. Varafellen var på et tidspunkt mer verdifull enn penger, og ble brukt til å betale skatt eller handel.

Prosjektfaser:



1. Produktutvikling:

I første fase av prosjektet vil vi i samarbeid med Osterøy museum og Lone Teppeindustri AS om å utvikle et tekstil og en jakke-prototype basert på Varafell teknikken som stammer fra vikingtiden. Målet med produktutviklingsfasen er å kunne bruke teknikken fra vikingenes tid til et moderne plagg som skal kunne masseproduseres.

Deltakere:

Martha Kløve Juuhl & Monika Ravnanger ved Osterøy museum

Lone Teppeindustri AS

Fårikål v designer Viktoria Aksnes

Tidslinje:

20.03.17 Start produktutvikling/prototype

30.05.17 Ferdig prototype



2. Industriell produksjon



I andre fase av prosjektet vil vi sammen med Osterøy museum jobbe med å konvertere tekstilet og prototypen til industriell produksjon hos Lone Teppeindustri AS. Lone jobber allerede med svært lignende teknikker som anvendes i teppeveving, og bruker norsk ull i sin produksjon.

Deltakere:

Lone Teppeindustri AS

Martha Kløve Juuhl & Monika Ravnanger ved Osterøy museum

Fårikål v designer Viktoria Aksnes

Tidslinje:

30 mai 2017 Start tilpasning av prototype til produksjon

30.april 2017 Første prototype industriell produksjon

30 juli 2017 Ferdig produkt - 50 unisex jakker i s,m og large

3. Utstilling/pop-up



Fårikål ønsker å vise synergieffektene mellom kulturarv, design og industri gjennom en pop-up shop i Bergen sentrum og en utstilling hos Osterøy museum. Pop up shoppen er en kommersiell kanal hvor vi både kan fortelle historiene fra verdikjeden, teknikkens opprinnelse og hvordan den bevares og moderniseres gjennom industriell produksjon. I pop up shoppen vil kunden kunne prøve jakken på i alle tre størrelser, og kan se og bli fortalt plaggets historie. De kan også kjøpe plagget der og da.

Plassering:

Pop-up shoppen vil gjennomføres i Magnus Barfotsgate 25 fra 1.september til 1.oktober. Lokalet er på 15 kvm med store vinduer, og vender ut mot gateplan. Kunder vil nås gjennom markedsføring i sosiale medier og gjennom nyhetsbrev. Utstillingen hos Osterøy museum starter når pop-up shoppen er ferdig.

Deltakere:

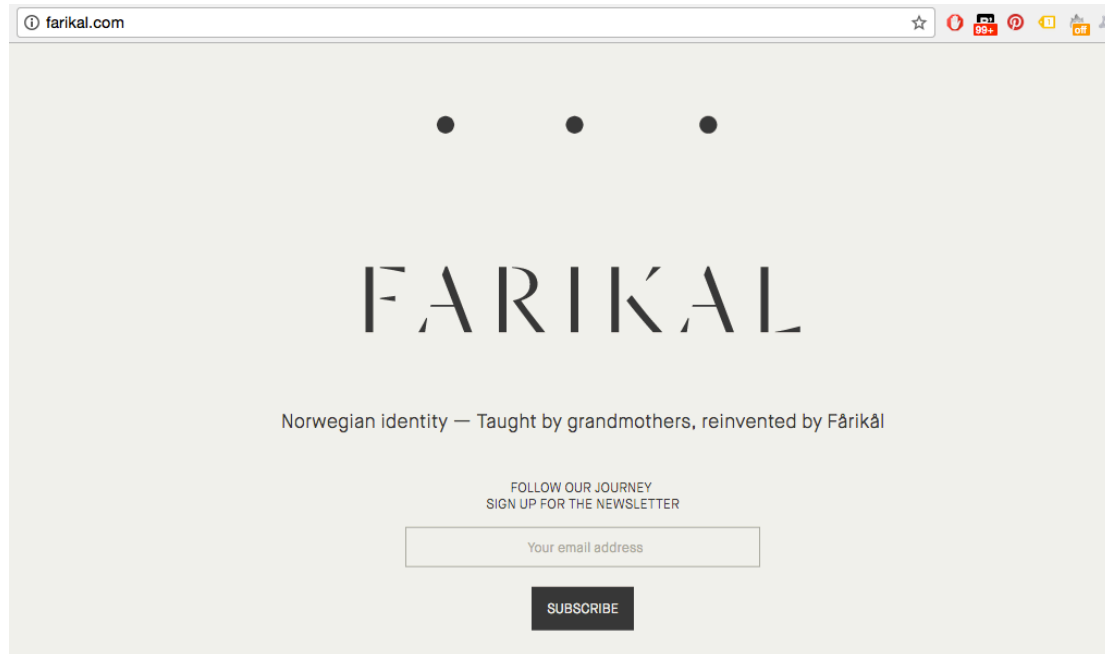
Fårikål (Iben, Stine og Viktoria)
Osterøy Museum Martha & Monica

Tidsplan:

- 1. August: Start markedsføring gjennom sosiale medier og nyhetsbrev + pressemeldinger
- 5. August: Bygging av materiell til pop-up
- 10 August: Deadline grafisk materiale til oppheng på vegg
- 15 August: Prislister deadline
- 20.august: Oppsett pop-up (belysning, utstillingsdesign)
- 25. august: Deadline bartender og musikk

- 1. september: Åpningsfest
- 1. september-1 oktober: pop-up
- 7.oktober-7. november: Utstilling Osterøy museum

4. Utvikling av webshop



Som et ledd i Fårikåls filosofi om at kulturarven skal være tilgjengelig for alle, ønsker vi å utarbeide en webshop som tillegg til vår eksisterende hjemmeside farikal.com. En webshop vil gjøre produktet vårt tilgjengelig for langt flere, også i utlandet. Bare i 2016 handlet nordmenn detaljvarer på nett for over 11 milliarder kroner de åtte første månedene av 2016, en økning på 14% fra samme periode i fjor. (Kilde SSB). Virke og Brings e-handelrapport fra 2015 viser at nettbutikker de siste fem årene har hatt en vesentlig høyere veksttakt enn butikkhandelen. Klær, sko og tilbehør handles nest mest, kun overskredet av forbrukerelektronikk. Nettbutikk er en kostnadseffektiv distribusjonskanal med stor rekkevidde. I tillegg vil forbrukeren kunne lese innhold om teknikkene og kulturarven vår på samme sted.

Plassering:

Webshoppen vil forankres på et subdomene under farikal.com/webshop.

Deltakere:

Fårikål Stine Berg (Grafisk og webdesign)

Fårikål Iben Bergstrøm (Søkemotoroptimalisering, innholdsproduksjon og markedsføring)

Tidslinje:

1 juni 2017 Start skissing av wireframes

15. juni 2017 Oppsett av rammeverk

30 juni 2017: Design ferdigstilles

5 juli 2017 Søkemotoroptimalisering

20 juli 2017: Varer og innhold deadline

1-15 august 2017: Testing

20. august 2017: Ferdigstillelse

20 august 2017-: Markedsføring