

# DanishFashionInstitute

## Redegørelse om modeugen og besøgstal

Tidligere på ugen er der i artikler i Berlingske Tidende blevet rejst tvivl om modeugens besøgstal og om Danish Fashion Institutes integritet og ansvar i den forbindelse. Vi finder ikke, at sagen er blevet udlagt korrekt eller fyldestgørende, og derfor fremsendes denne redegørelse for de faktiske forhold og tal vedr. optælling af modeugens besøgende mv.

Danish Fashion Institute modtager efter hver modeuge besøgstal fra modemesserne; CIFF, CIFF Kids, Gallery og Vision (tidligere også CPH Kids og Terminal-2, som ikke længere eksisterer). Messebesøg tælles efter samme metode som messer over hele Europa benytter og betyder konkret, at en gæst, der går gennem dørene en dag tæller 1 gang, og hvis samme person går gennem dørene næste dag tæller personen igen. Denne metode er den gængse optællingsmetode, som anvendes af messer over hele Europa og bevirker, at messer internationalt kan sammenligne størrelse med hinanden.

Således har messebesøgstillene under Copenhagen Fashion Week de seneste år set således ud:

### Messetal aug 10-feb 13

	aug/10	feb/11	aug/11	feb/12	aug/12	feb/13
Gallery	11300	11465	10900	11465	12.045	12684
CPH Vision	10142	12385	10.251	13055	17838	
CIFF	24653	27.500	22240	26.500	30.000	
Terminal-2	12.317	13.752	11258	13811		
CPH Kids	3.297	3.658	3321	3314	3352	
	61709	68760	57970	68145	63.235	

Gennemsnit pr. modeuge fra aug 10-aug 12, dvs. 5 sæsoner i træk: 63963,8

Hverken CIFF eller Vision offentliggjorde deres tal for februar 2013

CPH Kids lukkede eftermodeugen i august 12

Terminal-2 blev lagt sammen med CPH Vision efter modeugen i februar 12

NB: Danish Fashion Institute har ikke haft mulighed for at kontrollere tallene, men må acceptere dem baseret tillid til messernes professionalisme.

Messebesøgstillene indeholder således grundet optællingsmetoden dobbeltgængere. På den baggrund har Danish Fashion Institute derfor vurderet, at når det samlede besøgstal på messerne i gennemsnit ligger på ca. 64.000 er det nærmere 50.000 professionelle, der har besøgt modeugen. De 50.000 er således et skøn, baseret på 64.000 messebesøg fratrukket ca. 20.000 gengangere og tillagt ca. 6.000 øvrige professionelle, som deltager i modeugens mange andre aktiviteter fx de mange showrooms, aktiviteter i detailhandlen, national/international presse mv.

Et skøn er naturligvis behæftet med usikkerhed, ligesom når politiet skønner antal personer ved en demonstration eller en gadefestival, men besøgstallet har ikke været afgørende for modeugens vigtighed for erhvervet, byen eller været grundlag for den støtte som Københavns Kommune giver til modeugen. Derfor har Danish Fashion Institute ikke tidligere vurderet, at tallene skulle undersøges nærmere, men det vil vi gøre nu.

Derfor har vi aftalt med Wonderful Copenhagen, at de fremtidigt skal hjælpe til at sikre en mere præcis beregningsmetode for optællingen af messebesøg samt af vurderingen af modeugens øvrige professionelle besøgende.

Danish Fashion Institute har naturligvis en forpligtelse til at kommunikere tydeligt om tallenes fremkomst og hvad de dækker over. Den diskussion, der er opstået viser, at den kommunikation ikke har været tilstrækkelig tydelig indtil nu, og baggrunden for disse tal vil derfor blive præciseret i fremtiden.

### **Offentlig støtte af Copenhagen Fashion Week**

Københavns Kommune støtter Copenhagen Fashion Week (under Danish Fashion Institute) årligt med 1,1 mio. DKK – således 550.000 kr. pr halvårslige modeuge. Støtten er givet på baggrund af at modeugen dels har et fokus på at få flere vækstlagsvirksomheder til at holde show og blive synlige i modeugen, dels for at modeugen har fokus på at forbedre forholdene for modeller i forhold til sundhed og etik samt at Copenhagen Fashion Week sørger for, at der er en lang række aktiviteter som er åbne for borgerne under modeugerne, og således kører det parallelle program Copenhagen Fashion FESTIVAL med hundredevis af aktiviteter for folket.

### **Øvrig Baggrund: Modeugens aktører og roller**

Den Erhvervsdrivende Fond Danish Fashion Institute står bag paraplyorganisationen for modeugen og driver non-profit selskabet Copenhagen Fashion Week som varetager fx kommunikation og koordinering, herunder modeshows, events, presse, service, transport samt inddragelse af borgerne og byen i Copenhagen Fashion Festival m.m.

Modeugen består desuden af en række private aktører, som varetager den kommercielle del af modeugen, nemlig modemesserne, der servicerer ca. 2.000 udstillende modebrands og de dertilhørende indkøbere: Bellacenteret arrangerer messen CIFF og CIFF Kids, Gregersen Communication arrangerer messen Gallery i Forum, Exhibition Professionals arrangerer messen Vision i Lokomotivværkstedet. Fra 2010-2012 fandtes også endnu en børnemesse CPH Kids i Tap 1.

Med venlig hilsen



Eva Kruse, direktør  
Danish Fashion Institute og Copenhagen Fashion Week

For yderligere information kontakt [eva@danishfashioninstitute.dk](mailto:eva@danishfashioninstitute.dk) eller 70203068.