

Redegørelse om modeugens tal

Kære medlemmer og samarbejdspartnere

De seneste uger har modebranchen, og særligt Danish Fashion Institute (DAFI) og Eva Kruse, været genstand for en kritisk artikelrække i Berlingske Business og på business.dk forfattet af journalist Ole Hall.

Ikke alene er artiklerne fyldt med faktuelle fejl, fordrejede udlægninger af sagen samt manipulerende citater og udsagn. DAFIs og Eva Kruses troværdighed er blevet betvivlet i artikelserien på en facon, vi finder usædvanlig grov for en ellers seriøs og anerkendt avis som Berlingske. Anklagerne er dybt krænkende, og der er efter vores opfattelse tale om en overtrædelse af god presseskik. Derfor har DAFI har nu indgivet en omfattende klage til Berlingskes ledelse.

Berlingske har indtil nu ikke villet fremføre vores udsagn eller kritik, og har ikke dækket sagen fyldestgørende. Derfor finder vi nu anledning til at sende denne redegørelse til jer.

Kritikken opsummeret

Kort opsummeret, anklager Ole Hall DAFI og Eva Kruse, for at 1) have pumpet modeugens besøgstal og 2) søge økonomisk støtte fra det offentlige til modeugen på baggrund af ukorrekte tal. Herudover anfører Ole Hall, at 3) Kronprinsessens ophørte protektorat for CIFF er en konsekvens af messens "pumpede" besøgstal.

Svar på kritikken

Samtlige anklager (og flere andre påstande i artiklerne) er ikke korrekte.

1) DAFI har *ikke* pumpet besøgstal. DAFI har i en årrække siden 2006 i lighed med øvrige aktører i branchen kommunikeret et bruttotal, som har svinget mellem 58-73.000 besøgende. Det tal afspejlede det totale antal besøg på messerne og dermed også gengangere.

Denne måde at opgøre messernes besøgstal er den måde de fleste både danske og internationale messer, museer, forretninger, begivenheder og festivaler mv. opgør deres besøgstal. Således er metoden helt legitim at anvende. Det er desuden den gængse metode at opgøre messetal på i Europa.

Altså er optællingsmetoden ikke en som DAFI eller Eva Kruse har fundet på, eller en metode, som er anvendt for at "pynte" eller pumpe tallene op. Det er ganske enkelt en anerkendt måde at gøre tingene på – og ikke mindst en måde som muliggør, at messer og modeuger på tværs af landegrænser kan sammenligne sig.

Udover messerne, omfatter Copenhagen Fashion Week også en række showrooms, events og modeshows som også har et antal besøgende, der ikke går gennem messernes døre. Og sidst findes også Copenhagen Fashion Festival, som er et selvstændigt parallel program, der indeholder op mod 200 events, som også er åbne for befolkningen.

I efteråret 2013 bad DAFI Wonderful Copenhagen tjekke modeugens unikke tal, altså den totale event Copenhagen Fashion Week, som udover messer også inkluderer shows, lukkede brancheevents og showrooms. Her skal det desuden nævnes, at Wonderful Copenhagen i et selvstændigt notat har bekræftet, at de står ved deres vurdering af tallene og *ikke* som Berlingske udlagde det som om, at tallene ikke er blevet undersøgt.

I februar 2014 kom Wonderful Copenhagen således med en vurdering af et mere reelt netto besøgstal på 25-35.000 på modeugen. Sammenholdt yderligere et skøn på 5-10.000 personer, der er involverede i den

kulturbærende del – Copenhagen Fashion Festival – er vores bedste estimat i dag, at modeugen tiltrækker og involverer 35-40.000 professionelle til byen og eventen.

Tallet er naturligvis et skøn, som er behæftet med usikkerhed, men sådan vil det altid være med begivenheder, der *ikke* finder sted indenfor et geografisk afgrænset område, eller hvor gæster er registrerede/har købt billet. Indtil en bedre vurderingsmetode findes, er dette vores bedste bud på et besøgstal.

2) DAFI har *ikke* modtaget støtte på grundlag af ukorrekte tal: For det første er de tal som er fremsat i DAFIs ansøgninger om offentlig støtte ikke ukorrekte. De bruttotal (der altså inkluderer gengangere), som findes i ansøgninger, der ligger år tilbage, afspejler den helt gængse måde at opgøre modemessers besøgstal. I den seneste ansøgning er det tallet 35-40.000 som indgår, og dette er (som redegjort ovenfor) det bedste bud, vi har på det foreliggende datagrundlag og vores professionelle vurdering.

Når det er sagt, skal det understreges, at DAFI ikke søger offentlig støtte funderet på besøgstal. Tallene indgår som en naturlig del af en generel beskrivelse af den totale event. De kommunale tilskud, der er søgt til modeugen omhandler helt andre aktiviteter, så som rammebetingelser for talentudviklingen, samarbejder med øvrige aktører i byen, den folkelige og kulturbårede modefestival, der afholdes for borgerne parallelt med modeugen, den grønne branding af byen mv.

Desuden er det vores indtryk, at det som politikerne finder vigtigt ved begivenheden og omkring at støtte Copenhagen Fashion Week er, at modeugen og modebranchen samlet set genererer omsætning, positiv omtale og synlighed internationalt samt skaber arbejdspladser.

3) Kronprinsessen ophævede *ikke* sit protektorat som følge af den første besøgstalsdebat i august 2013 (ligeledes forfattet af Ole Hall). Hoffet meddelte nemlig allerede CIFF, at Kronprinsessen ville trække sit protektorat i forsommeren 2013. Altså har de to sager intet med hinanden at gøre og er derfor helt fejlagtigt koblet sammen.

Dansk Mode & Textil bakker DAFI op

Hos Dansk Mode & Textil bragte adm. direktør Thomas Klausen den 24. oktober et åbent brev som svar på kritikken.

Thomas Klausen skriver blandt andet:

“Det er urimeligt at anklage enkelte aktører for have opfundet de besøgstal, som efterhånden er blevet anfægtet siden sidste sommer. Det er således hverken de enkelte messer, Danish Fashion Institute, Eva Kruse eller andre aktører, som skal stilles til regnskab for dem. Tallene har været benyttet bredt, og alle parter har gjort det i god tro med baggrund i førnævnte beregningsmetoder og den almene praksis rundt om i Europa.

Også Dansk Mode & Textil har igennem årene videreformidlet besøgstal fra de danske messer. Det har vi gjort i vores redaktionelle dækning af branchen, hvor vi også har rapporteret om besøgstal fra udenlandske messer i eksempelvis Tyskland og Frankrig. Generelt har vi haft stor gavn af at kunne sammenligne besøgstal, da det også giver os, som rådgivende og værdiskabende brancheorganisation, en mulighed for at vurdere det aktuelle globale messelandskab, når vi har dialogen med vores medlemmer og andre interessenter. Det er som bekendt svært at lave sammenligninger, hvis ikke udgangspunktet er det samme.”

Læs hele brevet her:

<http://www.dmogt.dk/nyheder/2014/10/brachedirektoer-besoegstal-for-modeugen-var-i-orden>

I øvrigt har både FashionForum og TØJ bragt forskellige artikler, reaktioner og redegørelser som på

en anden måde end Berlingske belyser sagen – få selv overblikket her:

<http://fashionforum.dk/2014/10/21/modeuge-saadan-bliver-besoegstillene-opgjort/>

<http://pejgruppen.com/toj/dmt-bakker-eva-kruse-op/>

<http://fashionforum.dk/2014/10/24/toej-eva-kruse-overvejer-at-klage/>

<http://fashionforum.dk/2014/10/24/skal-der-offentlige-midler-i-modeugen/>

<http://pejgruppen.com/toj/messer/vil-de-koebenhavnske-messerne-vaere-med/>

Hvis du er abonnent på TØJ kan disse artikler også anbefales:

<http://pejgruppen.com/toj/messer/eva-kruse-naegter-pumpede-tal/>

<http://pejgruppen.com/toj/messer/skal-der-offentlige-midler-modeugen/>

Vedhæftede filer

[Redegørelse til medlemmer og samarbejdspartnere.pdf](#)

Kontaktinformation

For evt. spørgsmål, kontakt:

Kommunikationschef Cecilie Thorsmark

cecilie@danishfashioninstitute.dk, 26252001

