

København, den 3. november 2014

Vedr. sagsnr. 2014-0215841
Redegørelse om modeugens besøgstal

Kære Beskæftigelses- og Integrationsudvalg samt -forvaltning.

Den 27. oktober 2014 modtog Danish Fashion Institute en anmodning fra adm. direktør Birgitte Hansen i Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen om en redegørelse for besøgstallene for modeugen til Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen.

Baggrund

Anmodningen kom i kølvandet af en kritisk artikelrække i Berlingske Business og på business.dk omhandlende blandt andet modeugens besøgstal forfattet af journalist Ole Hall.

Desværre er artiklerne fyldt med faktuelle fejl, fordrejede udlægninger samt manipulerende citater og udsagn. Ole Halls udlægning af både Danish Fashion Institutes (DAFI) og Eva Kruses rolle i sagen er usædvanlig grov for en ellers seriøs avis som Berlingske. Anklagerne er ikke blot ukorrekte, men også dybt krænkende, og der er efter vores opfattelse tale om en overtrædelse af god presseskik. Derfor har vi fredag den 24. oktober 2014 indgivet en omfattende klage til Berlingskes ledelse.

I brevet fra Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen beder man DAFI om at gøre rede for besøgstallene for modeugen på baggrund af følgende (citeret fra brevet):

"Den 16. oktober 2014 skrev Berlingske, at der er fejl i besøgstallene for modeugen, og at besøgstallet nærmere er 22.000 end de 35-40.000, som Danish Fashion Institute har oplyst til Københavns Kommune. Artiklen kom i forlængelse af en tidligere artikel i Berlingske i august 2013, hvoraf det fremgik, at modeugen blev besøgt af 30-40.000 personer og ikke af 60.000, som Danish Fashion Institute indtil da havde oplyst. På baggrund af denne uoverensstemmelse blev Wonderful Copenhagen dengang anmodet om at foretage en mere præcis vurdering af besøgstallene. De estimerede på den baggrund, at der var 25-35.000 unikke besøgende på modeugen i februar 2014."

I det følgende har vi lavet en systematisk redegørelse af tallene. Forud for redegørelsen er der dog behov for at afdække nogle begreber i forbindelse med Copenhagen Fashion Week, og de forskellige typer af besøgstal, som journalisten i Berlingske desværre modbedrevidende benytter i flæng i artiklerne, med det resultat, at han vildleder læserne.

Desuden vedlægges et ark med relevant baggrundshistorie om modeugen og branchen – og om Danish Fashion Institute's rolle, herunder hvad det er, Kommunen har støttet gennem årene i relation til modeugen. Se bilag 1 – "baggrundshistorie om modeugen, modebranchen og DAFI".

Begrebsforklaring

I sin artikelrække referer Ole Hall i flæng til hhv. modemesser og modeuge. Dette er misvisende, idet der er tale om to forskellige ting:

Modemesse: En modemesse er et fysisk afgrænset område, fx en stor hal, hvor modemærker lejer et mindre areal til at udstille deres varer.

Modemesserne får primært besøg af indkøbere fra butikker, der gæster messerne for at kigge på de nye varer og evt. lægge ordrer.

I København findes nu modemesserne CIFF i Bella Center, CIFF Raven i Forum og Revolver i Øksnehallen og Lokomotivværkstedet (for nyligt lukkede messerne Vision og Gallery).

Modemessernes besøg er registrerede besøgende, og her er den (både i Danmark og internationalt) gængse optællingsmetode at medregne samtlige der går gennem dørene alle dage i messens åbningstid.

Modeuge: En modeuge er traditionelt set den uge, hvor førende modehuse individuelt præsenterer deres kollektioner ved modeshow-fremvisninger med modeller på en catwalk, overfor pressen og udvalgte indkøbere.

I nogle lande ligger modeugen og modemesserne i hver sin uge, mens de i andre lande, som i Danmark, er sammenfaldne og som helhed benævnes "modeuge".

Copenhagen Fashion Week omfatter altså, udover messerne, 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 også er en del af modeugen, men med et selvstændigt program, der indeholder op mod 200 events, som også er åbne for befolkningen.

Modeugen som helhed breder sig således ud over et ikke kontrolleret geografisk område og indeholder arrangementer og events som ikke har registrerede besøg.

Derfor er tallet for modeugerne således et tal, der består af dels modemessernes besøgstal plus et skøn/estimat over øvrige deltagere i andre events i byen, ganske som andre festivaler og kulturbegivenheder er det.

I København er modeugen udsprunget af den store succes, som de to modemesser, CIFF og CPH Vision har skabt, samt at der de seneste 10 år er vokset en lang række højprofilerede modemærker op, som i dag har potentiale til også at tiltrække den internationale presse til deres modeshow-fremvisninger.

Forklaring om forskellige besøgstal

I sin artikelrække refererer Ole Hall i flæng til forskellige tal. Desværre er tallene ikke sammenlignelige, da de både beror på forskellige optællingsmetoder og afspejler forskellige størrelser:

- 22.000: Antallet af unikke besøgende på *modemesserne*, som Ole Hall har skønnet efter at have kigget i data hos messen CIFF i Bella Center, den ene af de tre messer, der blev afholdt i sommeren 2014.
- 25-35.000: Det *estimerede* antal af unikke besøgende på *modeugen* Copenhagen Fashion Week, dvs alle modeugeaktiviteter for professionelle, herunder shows, showrooms, events for branchen samt besøgstal fra messerne) ifølge Wonderful Copenhagen's vurdering på baggrund af modeugen i februar 2014. (Vedlagt er notat fra Wonderful Copenhagen, der redegør for deres vurdering af tallene, jf. bilag 2 – ”notat om bekræftelse af besøgstal”)
- 35-40.000: Det samlede antal af professionelle, unikke deltagere i både *modeugen* (Copenhagen Fashion Week) og festivalen (Copenhagen Fashion Week) ifølge DAFI's skøn. Dette tal er baseret på Wonderful Copenhagen's 25-35.000 unikke og tillagt et estimeret antal på 5-10.000 øvrige personer, som aktiveres i forbindelse med Copenhagen Fashion Festival (som ikke var med i Woco's beregninger). Tallet inkluderer *ikke* borgere og turister).
- 60.000+: Dette er et estimeret samlet besøgstal for *modemesserne* og *modeugen* samlet set, inklusiv gengangere. Med andre ord et bruttotal. Dette er i øvrigt den mest gængse optællingsmetode på messer generelt i Europa og i Danmark.

Indtil efteråret 2013 har dette været måden Copenhagen Fashion Week er blevet talt op. Metoden vil fortsat blive benyttet og tallet fortsat anvendt til at sammenligne Copenhagen Fashion Week med andre modeuger. Dog er det ønsket, at der også udvikles en metode til at filtrere tallene for gengangere, samt til at vurdere øvrige deltagere i events, shows mv., således at der kan fremkomme et tal der afspejler unikke besøgende.

Redegørelse

Der er ikke fejl i besøgstallene for modeugen

Journalist Ole Hall anfører i sine artikler, at der er fejl i besøgstallene for modeugen, og at blandt andre DAFI skulle have pumpet besøgstallene. Det er vigtigt at understrege, at der *ikke* fejl er i besøgstallene men, at der er tale om forskellige optællingsmetoder og forskellige størrelser der er opgjort (modemesse/modeuge).

Så når Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen ønsker svar på, hvorledes det kan gå til, at DAFI oplyser 35-40.000 til Københavns Kommune, selvom "besøgstallet nærmere er 22.000", skyldes det, at Ole Hall her har taget udgangspunkt i to usammenlignelige tal, jf. talafklaringen ovenfor:

De 22.000 dækker nemlig kun over *messeernes* unikke besøgstal estimeret af Ole Hall, hvorimod de 35-40.000 altså dækker over *modeugens* unikke besøgstal baseret på WOCO's vurdering og tillagt DAFI's øvrige estimat.

Tidligere (fra 2006 til 2013) har DAFI i lighed med øvrige aktører i modebranchen samt de fleste øvrige kulturbegivenheder og festivaler i København kommunikeret et *brutttotal* på omkring 60.000. Det tal afspejlede det totale akkumulerede antal besøg på messerne og dermed også gengangere. Altså er dette tal ikke forkert eller 'snyd' – det er den gængse opgørelsesmetode for et stort flertal af kulturelle begivenheder.

Denne måde at opgøre besøgstallet er i øvrigt den måde de fleste øvrige danske messer, kulturbegivenheder, festivaler, museer og forretninger mv. opgør deres besøgstal. Således burde metoden være helt legitim at anvende. Det er desuden den gængse metode at opgøre messetal på i Europa. Se bilag 3 "Faktaark om besøgstal og opgørelsesmetoder for øvrige begivenheder, festivaler, messer mv." I bilaget fremgår det, at de fleste københavnske begivenheder – herunder Copenhagen Jazz Festival, Kulturhavn, Golden Days og forbrugermessen Art Copenhagen – inkluderer gengangere i deres optællingsmetoder.

Altså er optællingsmetoden ikke en som hverken 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. Det skal i denne forbindelse også nævnes, at modebranchens brancheorganisation Dansk Mode & Textil lige som DAFI også har kommunikeret disse tal, hvilket adm. direktør den 24. oktober 2014 bekræftede i et åbent brev, jf. bilag 4 – DM&T brev om besøgstal.

Som følge af en artikel i Berlingske Business forfattet af samme journalist Ole Hall i august 2013, som stillede spørgsmål ved hvor mange unikke besøgende modeugen har, bad DAFI Wonderful Copenhagen "tjekke" modeugens besøgstal. Uanset at Wonderful Copenhagen siden har været involveret i en sag om Eurovision (hvilket Ole Hall også påpeger i sin artikel), så har organisationen gennem mange år løst netop denne type opgaver og har en professionel analyseafdeling, der ofte vurderer begivenheders størrelse. Derfor er der ingen anledning til at tro, at de ikke har kunnet løse den opgave i februar 2014 i forbindelse med modeugen (herunder både messebesøg, samt modeshows, events og showrooms – dog indgik Copenhagen Fashion Festival ikke i vurderingsgrundlaget).

I februar 2014 kom Wonderful Copenhagen således med en vurdering af et mere reelt *netto* besøgstal på 25-35.000 på modeugen. Det skal 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.

Sammenholdt med et estimat på 5-10.000 personer, der er involverede i den folkelige 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 idet, at kun messernes besøgende er registrerede (om end ikke offentligt tilgængelige), men sådan vil det typisk være med begivenheder, der *ikke* kun finder sted indenfor et geografisk afgrænset område, eller hvor gæster er registrerede/har købt billet. Dette er ligeledes tilfældet med flere af Københavns øvrige kulturbegivenheder, der heller ikke kun finder sted indenfor et geografisk område – fx Distortion, Copenhagen Cooking, Kulturhavn og Copenhagen Jazz Festival osv. Disses besøgstal er også baseret på skøn.

Så indtil der findes en anden og bedre vurderingsmetode, er 35-40.000 unikke personer vores bedste bud på et netto besøgstal for modeugen.

Konklusion/afslutning

DAFI har med andre ord *ikke* anmodet om støtte på grundlag af ukorrekte tal.

De bruttotal (der altså inkluderer gengangere), som findes i ansøgninger, der ligger år tilbage, afspejler den helt gængse måde at opgøre modemessers besøgstal samt besøgstal for diverse københavnske kulturbegivenheder, festivaler, messer mv.

I den seneste ansøgning er det nettotallet 35-40.000, som indgår, og dette er (som redegjort ovenfor) det bedste bud, vi har på det foreliggende datagrundlag og vores professionelle vurdering.

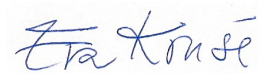
Desuden er det vigtigt for os at understrege, at DAFI ikke søger offentlig støtte funderet på besøgstal. Tallene indgår som en naturlig del af en generel beskrivelse af den totale event. De kommunale tilskud, der er søgt til modeugen, omhandler andre aktiviteter, så som rammebetingelser for talentudviklingen, fokus på mikro- og små virksomheder. samarbejder med øvrige aktører i byen, den folkelige og kulturbårede modedefestival, der afholdes for borgerne parallelt med modeugen, den grønne branding af byen mv.

Denne proces og medieomtale har gjort det tydeligt for os, at måden at opgøre modeugens besøgstal på har været genstand for forvirring i forhold til netto- eller bruttotal for begivenheden. Vi håber derfor, at vi med denne redegørelse har bragt mest mulig klarhed over modeugens besøgstal, som vi har anvendt i vores ansøgninger til jer, og vi står naturligvis til rådighed, såfremt udvalget eller forvaltningen, måtte have supplerende spørgsmål eller behov for yderligere uddybning.

Da vi er stødt på, at samme usikkerhed findes ved andre begivenheders opgørelser, har vi i samarbejde med Dansk Mode & Textil og Wear desuden fremsat et forslag om udvikling af optællings-/målingsmetode i forbindelse med større begivenheder og events. Dette er sendt til Anne Mee Allerslev og Carl Christian Ebbesen.

Vi håber fortsat på, at det I som politikere og embedsmænd finder vigtigt ved begivenheden og omkring dét at støtte Copenhagen Fashion Week er, at modeugen og modebranchen samlet set genererer omsætning, positiv omtale og synlighed internationalt samt skaber arbejdspladser i København.

Med venlig hilsen,

A handwritten signature in blue ink that reads "Eva Kruse". The signature is written in a cursive, flowing style.

Eva Kruse

Adm. direktør i Danish Fashion Institute og Copenhagen Fashion Week