



BI8 Udvikling af modeugen og bæredygtighed i modebranchen (Kreativ vækstpakke 2015)

18. 08. 2014

Baggrund

Københavns Kommune har siden 2008 støttet udviklingen af byens modebranche ved årlige tilskud til diverse projekter herunder de to årlige modeuger (vinter og sommer). Støtten bidrager til nye arbejdspladser, eksport, turisme, kulturelle begivenheder for byens borgere samt branding af København som en international kreativ metropol.

Indhold

Det foreslås at fortsætte med at yde kommunalt støtte til modeugen og udvikling af bæredygtighed i modebranchen med et samlet årligt tilskud på 3,5 mio. kr. i 2015 – 2018.

Overordnede målsætninger og effekter

Tilskuddet på 3,5 mio. kr. årligt vil indgå i en åben pulje til fremme af to overordnede formål:

a. Udvikling af Copenhagen Fashion Week

Modeugen er byens største årligt tilbagevendende internationale begivenhed. På trods af finanskrisen har modeugen vha. støtte fra kommunen fastholdt positionen som Nordens vigtigste og verdens mest grønne modeuge. Modeugen tiltrækker to gange årligt 35.000 gæster til København, herunder verdens førende livsstilsmagasiner, internationale modefolk, investorer, indkøbere og turister. Dette gavner ikke blot byens modebranche, men også detailhandlen, hotel- og restaurationsbranchen o.l.

Kommunens tilskud vil bl.a. gå til, at byens borgere fortsat kan være en del af modeugen gennem de mere end 100 åbne begivenheder, som sætter fokus på bl.a. bæredygtighed, etik og kultur.

b. Udvikling af bæredygtighed i modebranchen

København kan fortsætte med at udvikle sig til verdens centrum for udvikling af bæredygtighed i modebranchen, som er en af verdens mest forurenende brancher. Copenhagen Fashion Summit samler hvert andet år verdens internationale modebranche til en konference om miljømæssig og etisk bæredygtighed i København.

Eksekveringsparat?

	JA / NEJ
Udvalgsbehandlet (BIU)	Nej
Kan igangsættes uden yderligere udvalgsbehandling	Ja

Tabel 1: Oversigt over aktiviteter og afledt effekt

(Del)aktivitet	Afledt effekt
- Udvikling af modeugen	<p>- Horesta vurderer konservativt, at de to årlige modeuger hver især bidrager med 10-12.000 ekstra overnatninger dagligt i tre til fem dage.</p> <p>- Københavns modebranche er præget af mange små- og mellemstore virksomheder (SMV). I modsætning til store virksomheder (f.eks. Bestseller) har SMV'erne ikke ressourcer til at være til stede på eksportmarkederne. Dette gælder især asiatiske og nordamerikanske markeder, hvor 80 pct. af eksportvæksten ligger. Her er modeugen essentiel, da den tiltrækker tusinder af indkøbere fra hele verden og dermed giver byens SMV'er en særlig adgang til eksportmarkedet. Dette skaber vækst og beskæftigelse.</p> <p>- Københavnerne får under de to årlige modeuger mulighed for at deltage i mere end 100 begivenheder, der ikke blot sætter fokus på mode, men også på etik, bæredygtighed, kultur osv. Borgerinvolveringen under de københavnske modeuger er enestående, da andre byers modeuger ofte er lukkede VIP begivenheder. Dette er med til at markedsføre København som en åben og kreativ by.</p>
- Udvikling af bæredygtighed i modebranchen	<p>- Modebranchen er en af verdens mest forurenende brancher. For at nedsætte forureningen og reducere ressourceforbruget er der stigende behov for øget bæredygtighed i branchen. København har mulighed for at positionere sig som verdens centrum for bæredygtighed i modebranchen, hvilket vil være en afgørende konkurrenceparameter i fremtiden. Markedet for bæredygtig mode vokser ca. 10 pct. mere end markedet for ikke-bæredygtig mode.</p> <p>- Innovative, bæredygtige københavnske virksomheder kan opnå vigtige markedsandele og samtidig signalere, at København er verdens førende indenfor grøn vækst.</p>

Økonomi

Tabel til udgifter til service

Tabel 2. Service

(1.000 kr. – 2015 p/l)	2015	2016	2017	2018	I alt
- Udvikling af modeugen	2.000	2.000	2.000	2.000	8.000
- Udvikling af bæredygtighed i modebranchen	1.500	1.500	1.500	1.500	6.000
Udgifter til service i alt	3.500	3.500	3.500	3.500	14.000

Tabel 3. Anlæg

<i>(1.000 kr. – 2015 p/l)</i>	2015	2016	2017	2018	2019	I alt
Udgifter til service i alt						

Tabel 4. Indsatsmidler

<i>(1.000 kr. – 2015 p/l)</i>	2015	2016	2017	2018	2019	I alt
Udgifter til service i alt						

Tidligere afsatte midler

Tabel 5. Tidligere afsatte midler på området

<i>(1.000 kr., løbende p/l)</i>	2011	2012	2013	2014	2015
Copenhagen Fashion Week	1.100	1.100	1.100	1.600	
Tilskud til Copenhagen Fashion Summit / NICE	1.000	1.000	1.000	1.000	
Shared Facility Service			1.000	1.000	
Int. markedsføringsindsats*			1.000		
Danish Fashion Institute	1.000	1.000	1.000	1.500	1.500
Tøjbyttemarkeder				200	
Afsatte midler i alt	3.100	3.100	5.100	5.300	1.500

* Teknik- og Miljøudvalget besluttede d. 24. juni 2013 at omlægge midler afsat til projektet *international markedsføringsindsats* til en underskudsgaranti for Copenhagen Fashion Week ApS.