

Modeugen åbner med positive forventninger

Startskuddet til Copenhagen Fashion Week lyder i dag, og det er en stærk modeuge, der åbner med brancheoptimisme og fornemt besøg både foran og bag showscenen.

I dag stimler modebranchen sammen om den halvårslige begivenhed Copenhagen Fashion Week, som i denne sæson skriver SS17. En gennemgående optimisme præger branchen med baggrund i sidste års vækst og den succesfulde modeuge i februar. Modeugen præsenterer i denne sæson en stærk showkalender og gæstes nu af flere skandinaviske mærker og brancheorganisationer samt international modepresse. I sin helhed markerer sæsonen modeugens ambition om at være samlingspunkt for skandinavisk mode.

Stor optimisme i branchen

I 2015 slog dansk modes omsætning alle hidtidige rekorder, da man ifølge tal fra brancheorganisationen Dansk Mode & Textil, oplevede et fremragende både hjemme- og eksportsalg. Der blev solgt dansk mode for 42 mia. kr., og heraf blev 26 mia. kr. hentet på eksportmarkederne. Væksten er dog sat på pause, og branchen indkasserer i årets første kvartal en mindre nedgang på 0,5%. Brancheorganisationens seneste medlemsundersøgelse viser dog, at der hersker en generel optimisme i brancheregion.

"Hele 68% af de adspurgte virksomheder forventer vækst i sidste halvår af 2016. De forventer vækst i både ind- og udland, og især Tyskland er der store forventninger til. Men der knytter sig også positive forventninger til de skandinaviske lande. Denne optimisme harmonerer med den udvikling, vi så sidste år, hvor den store vækst i branchens omsætning primært blev skabt i andet halvår," siger adm. direktør i Dansk Mode & Textil Thomas Klausen.

Flere internationale medier stiller skarpt på modeugen

Copenhagen Fashion Week flyver igen internationale pressefolk til byen for at dække modeugen og tæller redaktører fra blandt andet Vogue- og Elle-redaktioner samt medier som Dazed og W Magazine. Det internationale branchemedie Business of Fashion har i denne sæson inkluderet Københavns modeuge, der fortsat dækkes af Vogue.com, det tidligere Style.com.

Flere shows pryder kalenderen

29 shows er på kalenderen, der rummer alt fra de veletablerede damebrands som By Malene Birger, Ganni og Baum und Pferdgarten, til viften af de faste veletablerede herremærker såsom Han Kjøbenhavn og Asger Juel Larsen. Det danske brand Won Hundred vender tilbage til showscenen, det samme gør den tyske modedarling Lala Berlin, der også satser stort på den københavnske modeuge. Hele fire mærker på showkalenderen er med på en af tidens absolut stærkeste tendenser, nemlig bæredygtighed. Således kan man se Barbara I Gongini, Fonnesbech og de to nytilkomne svenske House of Dagmar og Uniforms for the Dedicated imødekomme nogle af tidens store miljømæssige og sociale udfordringer gennem deres bæredygtige tilgang til mode.

"Det er en stærk showkalender modeugen kan præsentere denne sæson. Det afspejles i den øgede internationale interesse fra både brands, indkøbere og presse, vi som modeuge oplever netop nu. Sidstnævnte markerer en milepæl i modeugens historie, fordi modepressens anerkendelse er med til at sætte den københavnske modeuge på verdenskortet. Mit håb for fremtidens københavnske showscene er, at

den vil tiltrække endnu flere mærker med en bæredygtig profil. Dermed kan vi udfylde den unikke position, København allerede har indtaget for "sustainability" med afsæt i den store Copenhagen Fashion Summit, der blev afholdt tidligere på året," siger Copenhagen Fashion Weeks adm. direktør Eva Kruse.

Serviceplatformen tilføres dining og driving

København er ikke kun kendt for sin stærke mode og designtradition, men også for sin verdensberømte gastronomi. En stor del af oplevelsen ved at deltage i modeugerne er at socialisere med sine kunder og nyde godt af byens udbud af spisesteder og natteliv. Derfor har Copenhagen Fashion Week indgået samarbejde med brancheforeningen Danmarks Restauranter & Caf er og Madbillet.dk om Fashionweekdining.dk, der tilbyder modeugens g ester nem og bekvem middagsbooking. Desuden tilføres endnu en service, der også er med til at underbygge fortællingen om en bæredygtig by; gennem samarbejde med bybilsservicen DriveNow, placeres modeugens g ester lige der, hvor tingene sker.

I sin helhed vidner den stærke showkalender, gentænkningen af serviceplatformen, den øgede pressedækning og branchens optimisme om København som en unik modeuge, der formår at samle hele byen om det fælles mål at markere København som en modeuge i verdensklasse.

Vedhæftede filer

[Copenhagen Fashion Week image 1.jpg](#)

[Copenhagen Fashion Week image 2.jpg](#)

[Copenhagen Fashion Week image 3.jpg](#)

Kontaktinformation

Kommunikationschef Maria J pelt

+45 61337489, maria@copenhagenfashionweek.com



Problemer med linket? Indsæt nedenstående link i din browser for at l se pressemeddelelsen
<http://pressemeddelelse.info/e10/parker/pm/e7e4c120975d66db/x0/view/>

Klik her for at afmelde udsendelser fra os