Anne Lise er en antenne

På den hvite stueveggen hennes henger en svart ullvott i glass og ramme. Hun tjener flust med penger på å selge «fornemmelser».

TRULS SYNNESTVEDT
NINA E. RANGØY (FOTO)
London

Dessuten kjøper hun ferskt brød i samme butikk som Pierce Brosnan, denne James Bond.

Neppe helt tilfeldig at danske Anne Lise Kjær (38) har storfolk som BMW, Calvin Klein, Christian Dior, Tommy Hilfiger, Benetton, Ecco og Marks & Spencer på kundelisten.

For å ha nevnt noen, da.

DAMEN ER NOE SÅ KULT som en trendvarsler. Attpåtil en stjerne på trendhimmelen. Et geni, mener noen.

En antenne som fanger opp tidens vibrasjoner og sender dem videre som fremtidsmusikk.

– Jeg lytter til dagens signaler, og prøver å finne ut om de vil forsterke seg i framtiden, forklarer hun.

DEN DANSKE TREND-entreprenøren sitter i et smalt rekkehus i London og snekrer *din* framtid.

Hun har sannsynligvis tatt mange avgjørelser for deg allerede, uten at du har hatt den minste peiling.

Hun kan for eksempel ha valgt fargen på bilen din, formen på skoene dine, imagen på godlukten din eller inspirert designeren som har laget og fargelagt klærne dine.

Ja, det kan til og med ha vært trendvarslene fra Anne Lise som har fått deg til å bestille en vandretur i det grønne Irland til sommeren.

– Fordi camping blir den nye folkesporten, og stillhet kommer til å bli fremtidens mest verdifulle aksje.

PÅ DET LITT MER JORDNÆRE plan vil det bli trendy å drikke kaffe av krus uten hank. Og den vil smake godt. I hvert fall gjør den det hjemme hos Anne Lise Kjær i Rona Road i Londons Hampstead.

I husets tre første etasjer holder hennes oppblåsbare firma *Kjaer Global* til, mens Anne Lise selv og hennes fire år gamle sønn Vicente bor utilgjengelig på toppen, muligens med utsikt over vakre Hampstead Heath.

HUN BEGYNTE SOM motedesigner, selvfølgelig, men mote stakk ikke dypt nok. Å kopiere andre designeres klær, var ikke det hun ville.

Nå er suksessen hennes i ferd med å ese ut av det smale, engelske murhuset i Hampstead. Åtte fast ansatte og ti frilansere har hun i arbeid.

For tiden lager *Kjaer Global* prosjekter for 15 kunder, men 100 andre er faste kjøpere av firmaets trendmapper.

I mappene visualiserer Kjær fremtidstankene sine, i form av farger, biter av natur - og ord. Hun binder fortid, nåtid og framtid sammen. Mappene inneholder hennes visjoner - og skal gi assosiasjoner til følelser, utvikling og kvalitet.

Trends Are Made Of This, ville vel Dean Martin ha nynnet.

INSPIRASJONEN HENTER HUN fra sin egen hverdag. Fra internett, fra Bjørk og latinamerikansk musikk, fra kunstnere i vennekretsen. Og fra naturen, ikke minst fra naturen. Egentlig fra alt.

– TV-program om vitenskap er en viktig inspirasjonskilde for meg. Forskerne ser sammenhenger som setter meg på sporet etter trender, forteller hun.

Et helt gratis budskap fra trendsetteren til deg og meg er at vi skal være oss selv.

– Ikke skul til hva naboen gjør eller ikke gjør. Fremtiden er ikke uniformert. Vær deg selv. Det er selve koden, sier hun.

Etter treffprosenten hennes å dømme, bør vi ta henne alvorlig. Å treffe med åtte av ti spådommer, er jo bra til å være en tekstilutdannet optimist fra fiskehavnen Hvide Sande på Jyllands vestkyst.

Etter utdannelse ved fagskolen i Herning i 1983 flyttet hun utenlands, først til Paris, så til Hamburg, hvor hun var i fire år, før hun valgte London i 1992.

– Jeg var gått lei klær og moter og ville ha ut noe jeg visste jeg hadde inni meg, ettertenker hun.

Hun ville jobbe med andre sider ved livet enn bare mote, gå mer i dybden, finne sammenhenger.

I FØDELANDET DANMARK har de oppdaget at det i England finnes stjerner som ikke spiller fotball. I fjor ble Anne Lise engasjert som ansvarlig for trend-temaene til motemessen i København, og i år har hun laget trendkonseptet til møbelmessen Scandinavian Furniture Fair som åpner i den danske hovedstaden 24. mai.

Det er det som heter å bli profet i eget land.

– Tenk, det er første gang møbelbransjen lager et trendforum, forteller hun.

– *Og det var jammen på tide*, tror vi hun tenker inni seg.

BLANKE ARK: *Et nytt århundre krever en ny start. Derfor blir hvit en dominerende farge framover, mener trendforsker Anne Lise Kjær.*