

# Hun spotter trenden

Af Libbie Fjelstrup

**N**ogle mennesker er umådeligt ferme til at svare udenom. Et sådant menneske er den i London bosiddende, men danskfødte trendrådgiver Anne Lise Kjær, og det findes der en forklaring på:

Anne Lise Kjærs arbejde er som sagt at opnuse trenden – på dansk tendenserne – og formidle dem videre til virksomheder, der gerne vil holdes ajour med den slags. Men det er ikke så let, faktisk er det noget nær håbløst – også selv om vi bevæger os inden

for katagorierne pseudodata og lommemilosophi – at forudsige, hvad der vil ske i en verden, som ikke blot kører i turbofart, men også er gennemkomplere. Det er altså både forståeligt

og nødvendigt, at Anne Lise Kjær snakker udenom og ligefrem har udviklet en evne til at være meget lidt konkret med noget som helst. Til gengæld er hun fyldt med luftige forestillinger.

På møbelmessen Scandinavian Future Fair i Bella Center udstiller hun en række møbler, ting og sager, der svarer så nogenlunde til hendes ideer og forestillinger om de kommende bolig- og livstilstendenser. Det er Foreningen Dansk Møbelindustri, der har hyret hende til opgaven, som suppleres med en brochure, hvis formål er at fungere som inspiration for de indkøbere, der ikke ved bedre.

Den farvemættede og billedrige brochure er ligesom trendudstillingen delt op i fem grupper, af Anne Lise Kjær kaldet for hen-

holdsvis architecture, travelling, accidental happenings, keep smiling og taste revelation, og vi citerer her et par linier fra gruppen 'accidental happenings' (tilfældige iscenesættelser): »Utilsligtet og absolut uventet – ingen ved rigtig, hvad der kan ske næste gang. Solblegede gardiner og rustfarvede benzinpumper; alt sammen åbenbarer en uformel farveskala«. Sig til, hvis du fangede trenden!

## Sammenkog

Under gruppen 'keep smiling' serverer Anne Lise Kjær bl.a. følgende visdomsord: »Lykken vælger man selv. Når du føler, den er på vej, så sæt dig ned og nyd det. Husk blot at holde øjne og ører vidt åbne«.

Igen – sig til, hvis du fangede trenden!

»Det er korrekt, at jeg ikke bygger på noget konkret, men sådan forholder det sig – man kan ikke sige noget faktuel om fremtiden. Mit arbejde er at sammenkøge nogle indtryk og fortælle nogle historier, som folk kan trække noget ud af, hvis de vil – jeg er jo ikke underviser«, forklarer Anne Lise Kjær, hvis eventuelle indflydelse ligger i en påvirkning af de mennesker, der ser hendes livstilsopstillinger inden for mode, mad og bolig eller møder op til hendes foredrag, hvoraf hun holder adskillige om året for bl.a. virksomheder, institutioner og brancheforeninger.

Siden 1992 har hun i London haft sit eget trendbureau, Kjaer Global, men hun er født og opvokset i Hvide Sande og har taget sin uddannelse på TekoCenter i Herning. I London er hun medlem af British Textile Colour, som bl.a. udvikler farvekort til industrien, hun har holdt foredrag for BMW, Marks & Spencer, Benetton og Ecco om fremtidens farver og former og hvor man ifølge hendes fornemmelser vil begynde at vende blikket hen og hvorfor.

»Folk vil gerne kende trenden, og de vil også gerne vide, hvor den kommer fra. Selv baserer jeg mine forestillinger på faktuelle



oplysninger fra alle mulige medier, f.eks. når det kommer frem, at fiskene er ved at blive kvalt, fordi havene mangler ilt, eller når en undersøgelse viser, at det er endnu værre end først antaget at fylde sig med pommes frites. Den slags oplysninger smelter jeg måske sammen med den bølge af nostalgi, der har grebet folk, og så er jeg fremme ved en trend, der handler om naturen, om rejseudrømme og gode smagsoplevelser – og det kan man så igen omsætte til en måde at klæde sig på og indrette på«, siger Anne Lise Kjær, der dog ikke udelukkende forlader sig på medierne og deres versioner af det, som sker.

## 90 pct. succes

»Jeg føler først efter inde i mig selv – hvordan føler og reagerer jeg selv, og hvor stor eller lille en betydning mener jeg selv, at forskellige situationer vil have for samfundet. Jeg lader mig ikke bare påvirke af det, som andre mener og siger«.

Når Anne Lise Kjær har mærket efter og tygget på en række hændelser, hvis betydning hun vurderer vil få indflydelse på menneskers holdninger og indkøbsmønstre, kan hun anvende de deraf udvundne trends på så godt som alt – fødevareindustrien, bilindustrien, beklædning, møbler, nips, blomster, tekstiler, tapeter, bestik, porcelæn og meget andet.

»De samme koncepter kan bruges hele vejen igennem, for alt hænger jo sammen – man kan næsten tale om en køreplan«, mener Anne Lise Kjær, hvis trendforberedelser er mindst et par år udsædte. Det falder hende nu ikke svært at skulle udtale sig i luftige vendinger om noget, der måske – måske ikke – kommer til udtryk langt senere, for som hun også siger:

»Når først man har fået lidt træning, bliver man ret hurtig til at spotte, hvad der vil ske. Endnu har jeg ikke taget graverende fejl – jeg vil tro, min succesrate ligger lige omkring 90 pct.«.

libbie.fjelstrup@pol.dk