

ANNE LISE KJÆR ER TRENDFORSKER I LONDON:

HUN VED, HVAD DU VIL HAVE, LÆNGE FØR DU SELV GØR DET

Anne Lise Kjær lever af at stikke en finger i vejret og mærke vindretningen – det, man på nudansk kalder at bruge sin intuition. Selv betegner hun det nærmest som klarsyn, når hun fra sit trendfirma i London forudsiger vores fremtidige forbrugsmønstre og behov for nye produkter og kulører.

AF SUSANNE KRØGH RASMUSSEN
FOTO: LINDA HANSEN

Jeg er lige ved at gå forbi. Adressen er et hvidmalet rækkehus i det nordlige London, og alle husene på villavejen lader til at være ens. Men jeg finder adressen, banker på i kælderen, og øjeblikket efter er jeg indenfor hos trendbureauet Kjær Global.

Anne Lise Kjær ejer det lille bureau, og hun er grunden til, at jeg står her i kælderen til Hugo Road nummer 33. Det er herfra, pigens fra Hvide Sande og hendes stab rådgiver virksomheder som Sony, Ikea, Unilever og Toyota om, hvad fremtidens forbrugere vil have. Anne Lise er med sin niårige søn Vicente til læge, og hendes medarbejder Jonas viser mig ovenpå i et mødelokale. Få minutter efter står hun i døråbningen og undskylder, mens hun giver hånd. Så farer hun lidt ud og ind ad døren, mens hun taler skiftevis med Jonas og sønnen, som efter et kort hej forsvinder ovenpå.

Tilbage i det lyse mødelokale fortæller hun mig, at hun netop har haft møde med en af sine kunder. Og de var ikke glade. I et interview for nylig har Anne Lise nemlig sagt, at modebranchen – som hun selv kommer fra – er for overfladisk. Nu skal der glattes ud, men lige nu har hun andet at tænke på. I morgen venter 150 af erhvervslivets topfolk på at høre

Kjær Globals bud på, hvad forbrugerne vil have i fremtiden.

Anne Lise Kjær lever af at omsætte sin intuition til brugbare trends og har, hvad hun selv kalder et "klarsyn", en evne til at se det store billede. Inspirationen finder hun alle steder i sit liv. TV-serier og kunst, storbyer og rejser, avisartikler og samtaler, hun overhører. Indtryk, som hun omsætter til fortællinger om fremtidens

forbrugere, og det er vigtig viden for virksomheder, som hele tiden skal være på forkant med fremtiden for at udvikle nye produkter.

PÅ CYKEL I MODVIND

Trods de mange år i udlandet er accenten umiskendelig vestjysk. Anne Lise har da også rødder i det vestjyske og kom til verden i Esbjerg i 1962.

– Jeg er født klokken halv tre om eftermiddagen, det kan min mor huske helt præcist, for klokken tre skulle min far på havet.

Anne Lise vidste tidligt, at det var designer, hun ville være.

– Da jeg var 17, fortalte jeg mine forældre, at jeg ville på designskole. Så sagde min far, at det var helt o.k., men at han ville se et budget. Det vidste jeg jo dårligt nok, hvad var, og jeg tror nok, jeg måtte slå det op i ordbogen, men jeg fik da lavet et, og så tilbød han at betale huslejen, mens jeg selv tjente til resten med småjob. Det var vel min første forretningsaftale.

Det skulle ikke blive den sidste. Anne Lise arbejdede som freelancedesigner i nogle år i Hamborg og Paris, før hun valgte at rykke til London, hvor hun først slog sine folder som freelancedesigner og siden stiftede sin egen virksomhed, Kjær Global, i 1988.

Med hjemmefra havde hun en

urokkelig tro på sig selv. At man kan, hvad man vil.

– Jeg har aldrig været bange for udfordringer, og det har jeg nok med mig derude fra vestkysten. Det kan godt være, jeg blev hærdet, fordi der altid var så meget modvind, når jeg cyklede til skole hen over slusen, for det blæste nærmest hele tiden – både om morgenen, og når man kørte hjem!

Man ser det for sig: En ung Anne Lise, der tramper beslutsomt i pedalerne, mens det lyse hår flyver hende om ørerne. Hun griner, men det billede beskriver hende egentlig meget godt, synes hun:

– Jeg gi'r aldrig op og tænker hele tiden på, hvordan jeg kan udvikle tingene, gøre dem bedre. Men jeg har også lært tidligt, at man skal arbejde for det. "Der er ikke nogen, der har taget skade af at knokle," sådan sagde min far til mig, og jeg er vokset op blandt selvstændige, som har arbejdet hårdt. Sådan er jeg også selv. Jeg gør mig umage hver dag og har ikke noget imod at gå den ekstra kilometer eller tre for at nå mine mål.

Hun har også haft god brug for sin fighterånd. Trendforskning er en følsom branche at være i, og derfor er der perioder, hvor Anne Lise må vente på at få nye opgaver ind. Ellers kan hun være nødt til at fyre folk. →

JÆGERE OG SAMLERE

Ifølge Anne Lise vil der groft sagt være to slags forbrugere i fremtiden:

Jægeren, det typiske storbymenneske, der følger sine egne behov, ser sit job som en livsstil og shopper efter produkter, der kan tilfredsstille og udvikle hans ego. Over for ham står samlere, der tror på det kollektive. Et familiemenneske, der ser sig selv som en del af et større netværk. For virksomhederne gælder det om at finde ud af, hvordan de bedst muligt rammer jægerens og samlernes behov med deres produkter.



Som vesttjyde er Anne Lise Kjær vant til at trives i modvind, og det er en egenskab, hun har haft brug for som trendforsker i London.

JEG ER GLAD 99 PROCENT AF TIDEN

← – Hver gang vi er færdig med en bog, er der nogle medarbejdere, vi ikke har brug for, især nu, hvor vi kun laver én bog om året. Det er da ikke rart, når man ved, at deres eksistens afhænger af det.

Hun ved, hvor vigtigt det er at få de rette folk ind i virksomheden. At energien er god – og det er den som regel. Men en sjældent gang er der kurrer på tråden, som hun må rede ud.

– For nylig havde vi en medarbejder, som ikke var grundig med bogen og lavede fejl, som var helt uacceptable. Så bliver jeg irriteret. Sådan noget kunne godt køre op i en spids tidligere, men i takt med at jeg er blevet mere moden, har jeg lært at træde et skridt tilbage, tage en dyb indånding og overveje tingene, før jeg handler.

KED AF AT VÆRE SKILT

Vores samtale bliver afbrudt af et "pling" fra en computer, der bliver tændt ovenpå. Øjeblikket efter står Anne Lise deroppe for at irettesætte sin søn. Han skal ikke spille computer nu, men gå i bad, som han har fået besked på, for de skal til surpriseparty hos nogle venner senere.

Hun kommer ned igen og sukker let.

– Børn har ikke nogen tidsopfattelse, han tror, en halv time er rigeligt, men det er det jo ikke.

Vicente er grunden til, at hun gerne vil skære ned på de over 100 rejsedage, hun har om året. Hendes beslutning om at gøre sig umage gælder også privatlivet, og hun øver sig hele tiden på at gøre det bedre som mor. Men hun bruger ikke mange minutter på at have dårlig samvittighed over sin karriere.

– Tværtimod vil jeg gerne vise, at det er muligt at være enlig mor, dér må mit liv gerne være en inspiration for andre. Jeg ved, at jeg gør mit bedste, og så kan man ikke gøre det bedre. Og hvis man virkelig har dårlig samvittighed, skal man da gøre noget ved det, det er man den eneste, der kan!

Anne Lise var gift med Vicentes

far Oswaldo i nogle år, men i dag er de skilt.

– Hvis jeg fortryder noget, så er det, at jeg ikke har været i stand til at have et familieliv, fordi jeg har brugt så meget energi på min karriere. Jeg er ked af, at jeg er fraskilt, men det kunne bare ikke være anderledes. Skilsmissem er gået rimelig smertefrit, måske fordi mine egne forældre også er skilt. Vi elskede virkelig hinanden, og det gør vi stadigvæk, men det er bare ikke altid, man er moden nok til at klare at få barn. Vi var simpelthen ikke voksne nok til at klare det ansvar. I dag er vi supergode venner og taler pænt til hinanden, selv om der godt kan være stress på.

GLAD 99 PROCENT AF TIDEN

Der er også en kæreste i Anne Lises liv. De har kendt hinanden et års tid. Han er italiensk bankmand, rejser meget og er kun hjemme i London hver anden uge, så de planlægger sjældent deres tid sammen. Med tiden flytter de måske sammen, men med to karrierer, mange rejser og indtil flere delebørn er det ikke så ligetil.

Så hun tager én dag ad gangen og har det fint med det.

– Mit liv lige nu? Skidegodt, griner hun.

– Jeg er 44 og føler mig 10 år yngre. Livet bliver bedre med alderen, fordi man lærer at se stort på nogle ting, og jeg tror, at jo yngre man er, jo mere tilbøjelig er man til at fokusere på små, unødvendige detaljer. Jeg synes, hver eneste dag er den bedste dag i mit liv, selv om det måske lyder lidt åndssvagt. Jeg har da også dårlige dage og kan også godt blive ked af det, men 99 procent af tiden er jeg meget glad. Nogle gange kan jeg næsten ikke vente, til det bliver næste dag.

Selv om hun lever af at forudsige fremtiden, ved hun ikke helt, hvordan hendes egen ser ud. Men der skal ske noget nyt, så meget ved hun.

– Jeg har besluttet mig for at omsætte min viden og mine metoder til en bog, der har en længere levetid end det materiale, jeg laver nu. Jeg vil gerne gøre en forskel på længere sigt, inspirere andre til at tænke nyt.

I den ånd er huset sat til salg, så dets ejermand kan realisere



"Som trendforsker skal man hele tiden være på forkant med fremtiden for at udvikle nye produkter, samle indtryk fra TV-serier og kunst, storbyer og rejser, avisartikler og samtaler," siger Anne Lise Kjær.

sine nye drømme. Får hun den rette pris, flytter Anne Lise og Vicente et andet sted hen. Hvorhen det bliver, ved hun ikke endnu. Måske Indien, måske Hawaii eller måske et helt tredje sted.

– Jeg har altid været midt i ræset, så nu kunne jeg godt tænke mig at finde ud af, hvordan det vil være at stå af. Det vil være et eksperiment for mig. Der er noget fedt ved uforudsigeligheden.

OM KJÆR GLOBAL

Kjær Global lever af at forudsige, hvad vi som forbrugere vil have i fremtiden. Hvert år producerer virksomheden en trendrapport, sammensat af små historier, citater, billeder og statistikker, der tilsammen danner en slags snapshot af fremtidens forbruger.

Hvad er det så, vi vil have i fremtiden?

– Fremover vil vi gå efter produkter, der taler til vores følelser og stimulerer vores fantasi, som f.eks. biler med indbygget massage i sæderne og beroligende dufte eller computerskærme så følsomme, at vi kan mærke tryk eller kys, mener Anne Lise Kjær.

Kjær Global har over 100 internationale virksomheder i sin stald. Nogle af dem nøjes med at købe trendbogen eller deltager på den årlige conference, mens andre hyrer Anne Lise til at udvikle bestemte produkter eller koncepter. Hun har f.eks. hjulpet Ikea med at sætte mere farve på køkkenerne, udviklet deodoranter, skyllemiddel og krystalbelysning, og for bilgiganten Toyota har hun undersøgt, hvordan vi vil have vores biler til at se ud om 5-10 år.

Den faste stab er på seks fuldtidsansatte og seks freelancere med speciale i design, sociologi, antropologi, marketing og journalistik. Derudover har Kjær Global et netværk af specialister ansat på projektbasis.