

Hun viser os fremtiden

Anne Lise Kjær er modens spåkone. Hun spotter trends i verden, der forandrer sig hurtigere end nogensinde. Og hun gætter rigtigt i 90% af tilfældene.

Af RASMUS ANKERSEN

• Anne Lise Kjær lever af at opsnuse fremtidens tendenser, og i ni ud af ti tilfælde har hun ret, siger hun.



filmverdenen. Så drager jeg konklusioner og sætter ord på det, jeg mest tror på. Jeg føler dog 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, uddyber hun.

Individualitet på mode

Når Anne Lise Kjær har mærket efter i maven og fundet frem til noget, hun vurderer, vil få indflydelse på menneskers holdninger og indkøbsmønstre, kan hun i praksis anvende det på alle områder – både mht. fødevarerindustrien, bilindustrien, beklædning, møbler, nips, blomster, tekstiler, tapeter, bestik, porcelæn og meget andet.

En trend er ikke lig med et produkt. Det er en proces, når noget udvikler sig til at blive mainstream. Når mange eller alle gør noget, eller vil eje noget samtidig, er der tale om en trend. At være trendspotter i en verden, der ikke blot er omskiftelig og kører i turbofart, men også er særdeles kompliceret, er ikke let. At ramme rigtigt med sine forudsigelser er naturligvis endnu sværere. Anne Lise Kjær lever af at opsnuse fremtidens tendenser, og i ni ud af ti tilfælde har hun ret, siger hun.

- Jeg vil tro, at min succesrate ligger lige omkring 90%, men der er da enkelte gange, hvor jeg har været ude på et sidespor.

I 1992 stiftede Anne Lise Kjær sit eget trendbureau i London under navnet Kjaer Global, men hun er født og opvokset i Hvide Sande og har taget sin uddannelse på TekoCenter i Herning. Anne Lise Kjær rådgiver virksomheder, der gerne vil holdes ajour med trenden, og hendes kundekreds tæller BMW i Tyskland, Panasonic og Sharp i Japan, Benetton i Italien, Ecco i Danmark, Fruit of the Loom i Schweiz, Marks

& Spencers og Proctor & Gamble i Storbritannien, Levis i Holland og Victoria's Secret i USA.

- Jeg lever af at reagere på impulser, pege på muligheder og ting, jeg selv tror på, siger hun.

Føler efter i sig selv

Trends skifter hele tiden, og specielt i øjeblikket oplever man konstant forandringer i modebranchen. At se ind i fremtiden i en så flydende og diffus verden kræver derfor mere end bare lige et banalt branchekendskab.

- At prøve at se ind i fremtiden handler ikke kun om, hvordan vi kommer til at leve til den tid, men nok så meget om, hvordan vi oplever vores liv i en tid, der indeholder flere modsatrettede tendenser end nogensinde før, forklarer Anne Lise Kjær, der hele tiden forsøger at indsamle impulser og derigennem udlede nogle tendenser.

- Jeg følger med i alt, hvad der sker inden for fotografering, internettet, kunstverdenen og i høj grad

- De samme koncepter kan bruges hele vejen igennem, for alt hænger jo sammen – man kan næsten tale om en køreplan.

Og moden hænger uløseligt sammen med den samfundsmæssige udvikling. Vi bliver i dag bombarderet med informationer. Vi bliver klogere og mere nysgerrige. Desuden er vi skeptiske og vil kun høre sandheden, og der er ingen, der kan løbe om hjørner med os. Det er derfra det individuelle look, som er så meget i fokus lige nu, udspringer.

- Det er troen på os selv, der er blevet synlig i moden. Der er i øjeblikket tendens til, at man vil have noget individuelt – noget alle andre ikke har, forklarer Anne Lise Kjær, der ikke længere oplever faste rammer, som vi klæder os på inden for.

- Modebilledet har de seneste år været præget af minimalisme og enkelthed. Nu er vi startet forfra. Folk har brug for noget at vælge imellem. Vi vil ikke længere være bundet til en bestemt måde, at klæde os på, siger hun.