

# Brunch

Moden er  
død - længe  
leve  
individualiteten  
/2-3



Søndag den 28. december 2003

Vi har talt om individualiteten i mange år, men først nu begynder vi at praktisere den,



ANNE LISE KJÆR.

Foto: HOLGER BUNDGAARD

Moden er død - længe leve individualiteten, siger Anne Lise Kjær, førende dansk trendforsker med base i London.

## Moden er død

London  
Så er det officielt: Moden er død. Efter at de dogmatiske diktater fra designfirmaerne er skrælet af, er der kun den nøgne genstand tilbage. Tøjet, møblet, skoene. 2004 bliver året, da vi for alvor sætter individualitet og kvalitet i højsædet.

Det spår den internationale trendforsker Anne Lise Kjær, hvis London-baserede trendbureau Kjær Global rådgiver så forskellige virksomheder som Benetton, Ikea, La Perla, Levis, Puma og Audi om de kommende års tendenser.

For Anne Lise Kjær er der ingen tvivl, når det gælder det design, som vi i 2004 vil omgive os med. Her bør der efter hendes mening trækkes en stor tyk streg under ordet "selvtilid": Fra i år vil designforbrugeren for alvor have friheden, modet og overbevisningen til at turde plukke fra tidens fragmenterede tendenser og vælge sin egen personlige stil.

»Man hører stadig folk tale om mode, men moden er død. Nu er det selve tøjet, eller møblet, eller skoene, det handler om. Før i tiden var moden noget, der fik lov at overvælde produktet, med det resultat at kvaliteten blev forringet og hensynet til, hvad der passer til den enkelte person, totalt overset. Nu tænker vi på en helt ny måde,« siger Anne Lise Kjær.

### Parat til højere pris

»Til gengæld er vi villige til at betale lidt mere for eksempelvis vores tøj, hvis vi kan få garanti for, at det holder, at kvaliteten er i orden, og at vi har lyst til at have det på efter en enkelt sæson,« siger hun.

Anne Lise Kjær mener, at der er sket et skift i hele den måde, vi opfatter design på. Nu er det virkelig OK at vælge de farver eller den stil, man selv kan lide.

»Vi har talt om individualiteten i mange år, men først nu begynder vi at praktisere den,« siger hun.

Der er flere år siden nu, at trendbilledet eksploderede og hver ny sæson begyndte at præsentere forbrugeren for en antal af bestemte, ofte meget forskellige "lo-

oks". Ifølge Anne Lise Kjær resulterede det i nogle år i en form for panik, hvor folk købte ind nærmest uden retning, af frygt for at blive tabt bagud for en vigtig tendens.

### Fornuftig pris

»Nu er "mindre" blevet "mere". Vi kan ikke proppe mere ind i skabene. Nu vil vi have tøj og ting, der varer, og vi forventer at få dem til fornuftige priser. Heri ligger der en kæmpe udfordring for fabrikkerne. I årevis har de fortalt os, at kvalitet og værdi var noget universielt, noget alle betragtede på samme måde, men det er det jo overhovedet ikke. Nu er det om at tilfredsstille alle vores forskellige behov,« siger hun.

Skredet i markedet er allerede nu tydeligt i detailhandelen, siger Anne Lise Kjær. I London for eksempel er interessen begyndt at trække fra de store vi-har-alt designvarehuse i West End til de små, finurlige designbutikker på byens mindre trafikerede strøg.

»Folk går efter specialløsninger fremfor totalløsninger. Det var en misforstået trend i 1990'erne, da de store modefirmaer lancerede produkter indenfor alt fra parfume og personlig pleje til tøj og møbler. I dag er der ikke ingen, der gider at have det samme designmærke på fra inderst til yderst. Måske fordi det har vist sig, at modefirmaerne har spredt sig for tyndt og har svært ved at garantere den samme kvalitet på tværs af det brede varesortiment,« siger Anne Lise Kjær.

Hvis man skal sige bare en ting om fremtidens forbrugerefterspørgsel på design, så er det, ifølge den danske trendforecaster, at essensen af varen er blevet prioritet nummer et.

»Vi har ikke brug for at købe flere T-shirts, vi har brug for den rigtige T-shirt,« siger Anne Lise Kjær.

Anne Lise Kjær og en række øvrige eksperter fortæller om tendenserne frem til sommeren 2005 på Kjær Globals seminar på Dansk Design Center i København 29. januar.

E-MAIL  
heidi.amsinck@jp.dk

LINK  
www.kjaer-global.com



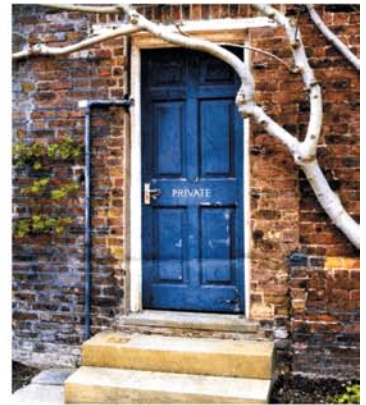
## Chromatic ▶

► **Kromatisk.** Stop trafikken med stærke "advarselsfarver", turkis, azurblå, syregul, græsgrøn og neomandarin, der køles ned med optisk hvidt og chokoladebrunt. På tøjsiden et uafhængigt, modigt look med striber og prikker, sjov og ballade, der sættes sammen, uden at passe sammen. Smykkerne er hjemmelavede og makeuppen ren, bleg og sexet. På boligsiden går farverne igen. Væk med de hvide hospitalsvægge og ind med de gule plastikstole. Møblerne betragtes med farverige stoffer, gardinerne er stribeede og det kulørte porcelæn ser ud, som om det er samlet ind på et loppemarked.



## TENDENS

Af HEIDI AMSINCK  
Jyllands-Postens  
korrespondent



## ▶ Courage

► **Mod.** Et naturligt, ikke-anstrengt look. Naturligt og ind imellem nostalgisk med farver som falmet blå, slidt brunt læder og bleggønt, basketballorange, hvidt og forvasket denim. Humoristiske detaljer som hjerteformede lommer, mønstre inspireret af tatoveringer og T-shirts med tryk på. Der er uhindret ele-

gance og frisk feminitet i kjoler, der er skåret under barmen og afslappet beklædning med et ekko af 1970'ernes gymnasstik. I boligen går farverne igen i krydsfeltet mellem by og land. Detaljerne er skåret ned til deres minimum i dette unge, naturlige look, hvor velbrugt læder og træ går igen overalt.

# Livsglæde

Der er masser af farver og humor i designtendenserne for 2004. Den internationale trendekspert Anne Lise Kjær peger på fire tendenser, der vil afspejle sig i vores tøj og boliger i det nye år.



## ▶ Curiosity

► **Nysgerrighed.** Hvor tøjet møder moderne kunst af Saatchi-slagsen. Kontrasterne er overalt her, i perle-hvidt, kulsort, lakrødt, guld og koral. Denne tendens hælder til individualiteten og det ikke-præfabrikerede. Her leges der nysgerrigt med formerne og stofferne. Plisseringer, lag-på-lag og opfindsomme, kuriøse detaljer side om side med alt mulig tilbehør i guld, fra sandaler og brede bæltter til guldriller og -smykker. Håret er asymmetrisk, læberne knaldroede. I boligen, hvor de samme farver går igen, leges der videre med kontrasterne. Hverdagsmøblerne ses fra nye vinkler og samlingsobjekter udstilles og belyses på nye måder. Glas, granit og lak bruges opfindsomt.



## ▶ Catalyst

► **Katalysator.** Farverne er kobber, laks, sølvhvid, banangul og falmet grøn. Igen er der tale om leg med tilbehør og stoffer, men denne stil er mere spontan, tilfældig og afhængig af skiftende stemninger.

Delikate mønstre, falske diamanter og kniplinger ved siden af silke, chiffon, satinbånd og pailletter. Her er nonchalance for alle pengene, med glitrende af-tentkjoler sat sammen med flip-flops i plastik.

Makeuppen er let med skinnende pigmenter og bløde, svagt farvede læber. I boligen er der tale om en ren, nærmest naturvidenskabelig tendens, hvor man trækker på farver fra jord og skov, ild og vand.

Et Madonna-look med lys, glas, krystaller, chancerende stoffer og naturobjekter.

Selv den mest kræsnе forbruger bør kunne finde sin egen personlige stil i så bredt et tendensbillede. Forvirrende måske, fyldt med kontraster, men aldrig kedeligt.

