

Slå pjalterne sammen



Ligesom Laird Borelli er Burlesque-entertaineren Dita Von Teese fan af den finske designer Tiia Vanhatapio.



Sandra Backlund er Borrellis foretrukne eksempel på original og eksklusiv svensk mode.



Islandske Steinunn Sigurd var La Perlas første designchef og har succes med sit eget mærke, Steinunn, som netop har åbnet showroom på New Bond Street i London.



Peter Jensen, som har base i London, er det amerikanske modewebsite style.com's danske favorit.

tidig er det inden for teknologien, at vi i fremtiden vil se det mest nyskabende tøj – f.eks. en skjorte, som er selvrensende eller en tynd kjole, der afgiver varme,« fortæller Borrelli, som også mener, at den afslappede, skandinaviske stil ligger i fremtiden.

»Folk arbejder mere hjemmefra og klarer møderne over internettet. Man går meget i jeans og samtidig er et sweatmærke som Juicy Couture blevet obligatorisk blandt de trendsættende Hollywood-stjerner – hvem kunne have gættet det for 20 år siden?« spørger Borelli og ler.

»Den måde, I sætter tøjet sammen i Skandinavien, er meget kreativ,« fortsætter hun.

»Danskerne er velklædte samtidig med, at tøjet er funktionelt. Sofistikerede blade viser masser af tøj fra H&M, og det ville man aldrig se i udlandet. Det er heller ikke en tilfældighed, at IKEA er en skandinavisk opfindelse – det handler også om godt design til rimelige priser.« ■

m-s@bertingske.dk

»Hvis Danmark skal gøre sig bemærket i den internationale modeverden, er man nødt til at slå pjalterne sammen med resten af Norden,« siger Laird Borelli. Illustration: Liselotte Watkins



Kan København blive skandinavisk modemetropol? Hvis vi slår os sammen, mener den amerikanske modehistoriker, Laird Borelli, som har en forkærlighed for nordisk design og dansk livsstil.

Af Camilla Alfthan

Modeugen i København står for døren og med den champagneoverrislede shows og store forventninger til udlandet. Men hvor designerne i udlandet er så store stjerner, at de er med til at præge kulturlandskabet, vil onde røster mene, at moden i Danmark primært er præget af frisører og stylisten – og at modescenen, der hypes af alle fra modefirmaerne selv til statslige turistorganer, i virkeligheden vist mest er »verdensberømt i Danmark«.

En amerikaner har imidlertid flere gange været i landet og håber på at være med til at trække det frem på den internationale arena. Det er modehistorikeren og forfatteren Laird Borelli, der til daglig er tilknyttet det amerikanske modewebsite, style.com. De senere år har hun tilbragt meget tid i Skandinavien, og hun er særlig fascineret af den danske livsstil. Nu ønsker hun at slå sig ned permanent og samtidig slå et slag for moden.

»Jeg kunne tænke mig at se skandinavisk mode få en brand-identitet, ligesom I har det inden for møbeldesign. I New York er der en bevidsthed om skandinavisk mode, men det er primært takket være svenske jeansmærker. Danmark og Sverige har naturligvis deres egen nationale stolthed, men i udlandet opfattes de som én. Den eneste måde, de kan gøre sig bemærket i den internationale verden, er ved at stå sammen og skabe en fælles platform,« fortalte Laird Borelli, da hun sidste måned var i København for at tale om skønhed og mode i forbindelse med en lancering fra L'Oréal, som er en af modeugens store sponsorer.

SIDEN LAIRD BORELLI som barn fik en bog med tegninger af den svenske kunstner Carl Larsson, har hun haft en forkærlighed for nordisk æstetik. Hun er optaget af kunstneres fortolkninger af moden og har udgivet to bøger med modeillustrationer; den første i 2000 med blandt andre den svenske tegner, Mats Gustavsson, som med sit arbejde for det italienske Vogue var med til atter at få modetegningerne ind i varmen. Svenskeren er ikke den eneste, som har gjort sig bemærket i udlandet.

»Flere danske designere har også valgt at arbejde i de store modemetropoler for at få international anerkendelse. Men da byerne i forvejen er spækket med aspirerende designere, ville det ideelle være at skabe en stærk showcase i Norden, hvor man dyrker sin egen identitet,« siger Borelli – en identitet kendetegnet ved godt design til rimelige priser, præciserer hun.

»Der er mode for modepressen, som skaber trends, men som de færreste mennesker har råd til at gå med. Og så er der hverdagstøj til almindelige mennesker, og det er den genre, som danskerne er gode til at lave. Markedet er enormt, og da messen i København er den største i Norden, giver det mening at centralisere den skandinaviske mode her. Også selv om de forskellige lande ikke ligner hinanden,« siger Borrelli, som oftere ser svenske mærker i den internationale modepresse, fordi den er mere avantgarde.

»Billederne er den vigtigste formidler af moden, når man skal have fat i medierne. Derfor er det vigtigt for danskerne at lære at sætte nogle få, visuelt stærke designs på catwalken, som fanger interessen på redaktionerne,« siger Borrelli.

SOM HISTORIKER har Laird Borelli for vane at se på moden gennem flere årtier.

»I de seneste år har moden ikke udviklet sig så meget. Den er blevet selvrefererende og gentager sine egne højdepunkter. Lige nu ser vi gensyn fra 1980'erne og 1990'erne, og store modefotografer som Steven Meisel er inspireret af afdøde ikoner som Horst P. Horst, Irving Penn og Richard Avedon,« mener hun.

»Generelt er moden et udtryk for ungdomsbevægelsen. Vogues legendariske chefredaktør, Diane Vreeland, kaldte 1960'erne for et jordskælv, da unge gjorde op med 1950'ernes konformitet, og p-pillen skabte en ny kvindefrigørelse. Kjolerne blev korte ligesom i 1920'erne, hvor der var en særlig løssluppenhed efter krigen. I dag er det brandet, som styrer moden. De forskellige modemærker er vigtigere end nogensinde og forbindes med en speciel stil. Sam-



ÅBENT HUS i weekenden 10⁰⁰-16⁰⁰

Oplev premieren på Invitas unikke badkoncept Arch™. Se og føl for første gang det banebrydende design, der giver nye muligheder for indretning af badeværelset. Med inspiration fra arkitektur og møbeldesign er modulet bygget op efter enkelte kvadratiske og rektangulære principper. En smuk detalje er den unikke 45°-lægekonstruktion, hvor fronten nærmest forsvinder ind i skabe og skuffer, når de lukkes.

Arch er ensbetydende med ny frihed i badet – i indretning, i stil og i farver.

Det er ren nydelse - helt enkelt |

Arch™ by INVITA



Du kan opleve Arch™ hos følgende Invita Kalkkoncentre:

Sjælland: Arager, Kirkevej 58 • Hillerød, Industrivej 19 • Køge, Thorsgaardvej 3 • Kgs. Lyngby, Jordbænepladsen 1C • Næstved, Holsted Park 8 • Roskilde, Københavnvej 106 • Slagelse, Elmestvej 1
Jylland: Herning, Industrivej Syd 98 • Hjørring, Frøder Rasmussenvej 62B • Hobro, Jyllandsvej 2 • Holstebro, Hjørnvej 4b • Horsens, Lichtenbergsgade 3c • Kolding, Søh. Ringvej 44 • Løgsteborg, Hagenstrædevej 6 • Randers, Nilsvej 5 • Silkeborg, Håndværkervej 8
Sjælland: Slangerup, Aakjærvej 64 • Skovbo, Trålervej 4 • Spjald, Hovedgaden 50 • Varde, Røntgenvej 87 • Vejle, Læringsvej 5a • Ålbæk, Lille Røntgenvej 40 • Aalborg SV, Stenbakken 11 • Århus, Løgsteborgvej 28 • Tilst, v. Århus, Agernvej 27
Fyn: Odense N, Tagværkvej 11 • Svendborg, Vestervej 157