

STOR TREND- OG STILGUIDE
Spring/Summer 19

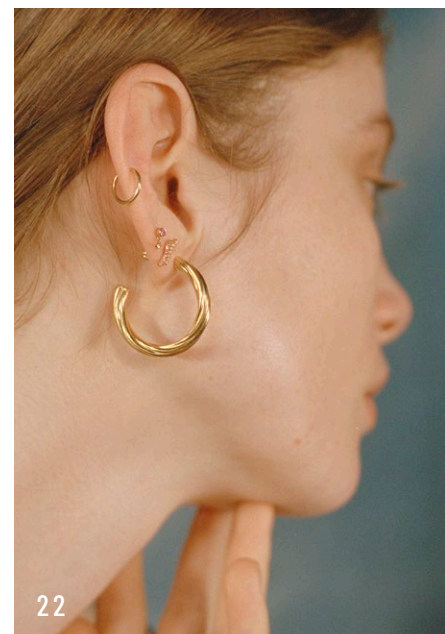
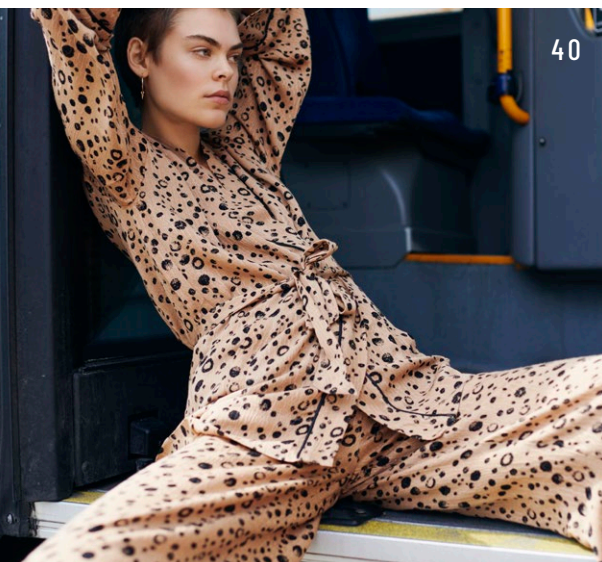
OPTAKT TIL CIFF OG REVOLVER

PORTRÆTTER
Mads Nørgaard, Gestuz, Naja Lauf,
Love & Divine, Maria Black, Mfpen

FOKUS PÅ COPENHAGEN FASHION WEEK

RETAIL
BTX Group: Balance mellem retail og wholesale
Varer skal sælges ude i butikken – ikke bag disken

MESSEUDGIVELSE
— SEKTION 1



Indhold

08 – KORT & GODT

Korte nyheder om stort og småt i modebranchen.

12 – COPENHAGEN FASHION WEEK

TØJ har talt med Trine Rindsig Laursen, vicedirektør og COO for Copenhagen Fashion Week, om udviklingen og fremtidsplanerne for organisationen.

18 – MESSEOPTAKT CIFF

Med et ønske om at forene mode, kultur, musik og kunst præsenterer CIFF et spækket eventprogram og byder skandinaviske og internationale indkøbere velkommen.

20 – LOVE & DIVINE

En stigende efterspørgsel på et premium brand med eksklusive ekspres-varer i sæsonen lagde fundamentet til modebrandet, som har medvind på det danske marked.

22 – MARIA BLACK

Strategi og fokus har ændret sig markant siden begyndelsen hos det danske smykkebrand, som er gået fra traditionelt wholesale til kunderejse og koncept.

24 – MESSEOPTAKT REVOLVER

Når Revolver åbner dørene i august, bliver det med et helt nyt layout, men messens sjæl fastholdes med et stærkt hold af kuraterede skandinaviske brands.

TØJ

FASHION & BUSINESS TRENDS — 03 2018

Forside

Matinique
Kanonbådsvej 10
1434 København K
Danmark
www.matinique.dk
contact@dkcompany.com
Matinique udstiller på CIFF, B4-001

Redaktion

Louise Byg Kongsholm, chefredaktør
Helene Mathiasen, redaktør
Katrine Rosgaard Klemmensen, redaktør
redaktionen@pejgruppen.dk

Skribenter

Camilla Wrang
Frigg Falk Sabroe
Helene Mathiasen
Katrine Rosgaard Klemmensen
Louise Byg Kongsholm
Louise Witt
Mads Arlien-Søborg

Martin Michael Frederiksen
Pernille Kirstine Møller
Sarah Hesselberg
Stine Høj Østergaard

Abonnement

salg@pejgruppen.dk
Årsabonnement: 1.995 kr. + moms
per år inkl. portaladgang, nyhedsmail,
låste artikler og Kick Off-seminar.
Abonnementsbetingelser:
www.trendstore.dk/handelsbetingelser

26 – NAJA LAUF

Det danske modebrand, som bevæger sig i det simple designunivers med et moderne islæt, tænker ud over de danske grænser med salg i hele verden.

28 – MFPEN

Herretøjsbrandet, hvis navn kommer af udtrykket: Med ført pen, har de seneste år vundet indpas i dansk mode, men størstedelen af tiden foregår arbejdet i det parisiske ambiente.

30 – PEJ TREND SS 19: TILLID

I sæsonen SS 19 får tillid og tiltro råderum. Det tillidsfulde design skal bidrage til en livsstil, hvor vi ønsker at opnå sympati, ærlighed, harmoni og et frisind med plads til leg.

40 – STILGUIDE TIL SS 19

TØJ viser de nyeste kollektioner med afsæt i pej gruppens egne trendtemaer med fokus på SS 19.

58 – GESTUZ

Modebrandet, som i år fejrer 10-års jubilæum, åbner under modeugen i København sin første butik, hvor man skal mærke dna'et fra det øjeblik, man træder ind ad døren.

62 – MADS NØRGAARD

I august åbner det danske modebrand sin første butik udenfor København – i Aarhus. Samtidig har brandet øget fokus på onlinesalg og en ny CSR-strategi.

66 – VILDE KONCEPTER

Bliv inspireret af innovative koncepter inden for anti-tech, tech, hospitality og food, som giver anslag til, hvad fremtiden bringer.

TEMA RETAIL

72 – BTX GROUP

Modekoncernen har succes med sine egne fysiske butikker under navnet Like Anna, som ifølge direktøren er et eksempel på balancekunsten mellem retail og wholesale.

78 – VARER SKAL SÆLGES I BUTIKKEN - IKKE BAG DISKEN

Fremtidens detailhandel bør fokusere på mobile kasseapparater, som sætter salgspersonalet fri og skaber personlig kontakt, der stadig er den fysiske butiks absolutte fordel.

84 – MEDIEFORBRUGET I FORANDRING

Den teknologiske udvikling stiller nye krav til, hvordan virksomheder skal agere for at fange forbrugernes opmærksomhed.

88 – TRENDINSPIRATION

pej gruppens trendteam sætter fokus på, hvordan modebrands kan indtænke kunst i produkter og udfordre form, farve og funktion.



Annoncesalg

Bente Bitsch Nielsen
Line Kassentoft Johansen
salg@pejgruppen.dk

Layout

Anette Faarup
Anja Bloch-Hamre
produktion@pejgruppen.dk

Tryk

Reklametryk Herning

Oplag

1.500 eksemplarer

Foto

Colourbox, Pexels, Unsplash, WGSN m.fl.

Næste nummer af TØJ

TØJ nr. 4 udkommer den 29. november 2018.
Redaktionel deadline: 12. oktober 2018.

Brancheportal

Brugernavn og password er sendt til alle abonnenter per mail.

Bladet påtager sig intet ansvar for manuskripter, fotos og tegninger, der uopfordret fremsendes til bladet. Artikler og billeder i TØJ må ikke benyttes uden tilladelse.

TREND- OG STILGUIDE TIL CIFF
Spring/Summer 19

FOKUS PÅ
MODEBRANCHENS
FORENINGER

TÆT PÅ MODEBRANCHEN

Tailored & Originals,
Woden, Co'Couture, Intown
Coster Copenhagen

FREMTIDENS BRANDS
ER HYPERTRANSPARENTE

MESSEUDGIVELSE
— SEKTION 2





24



32



84



40

Indhold

10 – KORT & GODT

Store og små nyheder fra udstillerne på CIFF.

20 – MESSEOPTAKT CIFF OG CIFF SHOWROOMS

Med et ønske om at forene mode, kultur, musik og kunst præsenterer CIFF et spækket eventprogram og byder skandinaviske og internationale indkøbere velkommen.

24 – TAILORED & ORIGINALS

Der er sket store forandringer hos herretøjsbrandet, der har investeret i flere ansatte og udviklingen af en ny strategi samt fornyet brandets look og dna.

TOJ

FASHION & BUSINESS TRENDS — 03 2018

Forside

Billi Bi – Fransi A/S
Vibe Alle 5
2980 Kokkedal
Danmark
www.billibi.com
billibi@billibi.dk

Redaktion

Louise Byg Kongsholm, chefredaktør
Helene Mathiasen, redaktør
Katrine Rosgaard Klemmensen, redaktør
redaktionen@pejgruppen.dk

Skribenter

Camilla Birch
Helene Mathiasen
Katrine Rosgaard Klemmensen
Louise Byg Kongsholm
Louise Witt
Martin Michael Frederiksen
Nicole Nomberg
Stine Høj Østergaard

Abonnement

salg@pejgruppen.dk
Årsabonnement: 1.995 kr. + moms
per år inkl. portaladgang, nyhedsmail,
låste artikler og Kick Off-seminar.
Abonnementsbetingelser:
www.trendstore.dk/handelsbetingelser

Annoncesalg

Bente Bitsch Nielsen
Line Kassentoft Johansen
salg@pejgruppen.dk



32 – COSTER COPENHAGEN

De seneste år har nye eksportmarkeder, øget satsning på PR og marketing samt omsætningsvækst præget det danske modebrand, hvor holdånden er i fokus.

40 – STILGUIDE TIL SS 19

TØJ's stilguide til sæsonen forår og sommer 19 med kollektionsbilleder fra udstillerne på CIFF.

84 – WODEN

Skobrandet, som er kendt for sit enkle, skandinaviske udtryk med fokus på kvalitet og komfort, lancerer nu en innovativ skokollektion lavet af fiskelæder.

Layout

Anette Faarup
Anja Bloch-Hamre
produktion@pejgruppen.dk

Tryk

Reklametryk Herning

Oplag

5.000 eksemplarer

Foto

Colourbox, Pexels, Unsplash, WGSN m.fl.

Næste nummer af TØJ

TØJ nr. 4 udkommer den 29. november 2018.
Redaktionel deadline: 12. oktober 2018.

Brancheportaal

Brugernavn og password er sendt til alle abonnenter per mail.

90 – CO'COUTURE

De to kvinder bag brandet har fundet formelen på et succesfuldt parløb, hvor de hver især bruger deres spidskompetencer og mavefornemmelse for, hvad der sælger.

96 – SÅDAN GÅR DET MODEBRANCHENS FORENINGER

Størstedelen af modebranchens foreninger har svært ved at tjene penge og lever af fortidens midler. TØJ bringer en opdatering på foreningernes formål, virke og drift.

102 – FULD FART PÅ DEN NYE ABONNEMENTSØKONOMI

Abonnementer og betalte medlemskaber er en ny måde at handle på, som endnu ikke er særlig udbredt, men som flere og flere virksomheder og brancher eksperimenterer med.

110 – INTOWN

Brandet, der snart har klædt kvinder på gennem 40 år, har opnået vækst ved at tage springet fra de klassiske styles til tøj med flere detaljer.

114 – FREMTIDENS BRANDS ER HYPERTRANSPARENTE

De unge forbrugere vil have gennemsigtighed i forhold til produkter og services, hvilket baner vej for en ny type hypertransparente brands.



Bladet påtager sig intet ansvar for manuskripter, fotos og tegninger, der uopfordret fremsendes til bladet. Artikler og billeder i TØJ må ikke benyttes uden tilladelse.

TOJ

FASHION & BUSINESS TRENDS — 03 2018

Marmar
COPENHAGEN

udgivet af — pej gruppen — scandinavian trend institute — nr. 03 — 2018 — 40. årgang

TREND- OG STILGUIDE TIL CIFF KIDS
Spring/Summer 19

FAKTA OM BØRNETØJSBRANCHEN

PORTRÆTTER
MP Denmark, Liewood,
Loudly, Serendipity Organics

SÆSONENS BESTSELLER
Müsli by Green Cotton, Melton,
LMTD, Nordic Label, Homeyness

MESSEUDGIVELSE
— SEKTION 3



14



26



30



16

Indhold

08 – KORT & GODT

Store og små nyheder fra udstillerne på CIFF Kids.

10 – MESSEOPTAKT CIFF KIDS

Stigende besøgstal, kreative samarbejder, innovative ideer og sæsonpræget inspiration. CIFF Kids har fuld fokus på at skabe en unik atmosfære i Forum.

14 – HVAD BLIVER SÆSONENS BESTSELLER?

TØJ har spurgt en række udstillere på CIFF Kids om, hvilken style, de tror, vil blive deres bedst sælgende fra SS 19-kollektionen.

TØJ

FASHION & BUSINESS TRENDS — 03 2018

Forside

MarMar Copenhagen
Tirsbækvej 5
2720 Vanløse, Danmark
Tlf.: (+45) 26 80 35 36
www.marmar.dk
MarMar Copenhagen udstiller på
CIFF KIDS, Stand 059

Redaktion

Louise Byg Kongsholm, chefredaktør
Helene Mathiasen, redaktør
Katrine Rosgaard Klemmensen, redaktør
redaktionen@pejgruppen.dk

Skribenter

Frigg Falk Sabroe
Helene Mathiasen
Katrine Rosgaard Klemmensen
Louise Byg Kongsholm
Nicole Nomberg
Rune Kjelsmark
WGSN

Abonnement

salg@pejgruppen.dk
Årsabonnement: 1.995 kr. + moms
per år inkl. portaladgang, nyhedsmail,
låste artikler og Kick Off-seminar.
Abonnementsbetingelser:
www.trendstore.dk/handelsbetingelser

Annoncesalg

Bente Bitsch Nielsen
Line Kassentoft Johansen
salg@pejgruppen.dk



16 – STILGUIDE TIL SS 19

TØJs stilguide til sæsonen SS 19, hvor pej gruppens fire trendtemaer visualiseres med kollektionsbilleder fra udstillerne på CIFF Kids.

26 – LOUDLY

For designeren bag børnetøjsbrandet er det en hjertesag at skabe smukt, komfortabelt og funktionelt tøj, som børnene selv kan håndtere.

30 – SERENDIPITY ORGANICS

Det økologiske børnetøjsbrand, som blev grundlagt for 15 år siden, mærker tydeligt den store efterspørgsel på rent og naturligt børnetøj uden kemi.

34 – MP DENMARK

Den midtjyske virksomhed, som har mere end 80 års erfaring inden for strømpeproduktion, udvider nu sortimentet med en strikkollektion til børn.

38 – LIEWOOD

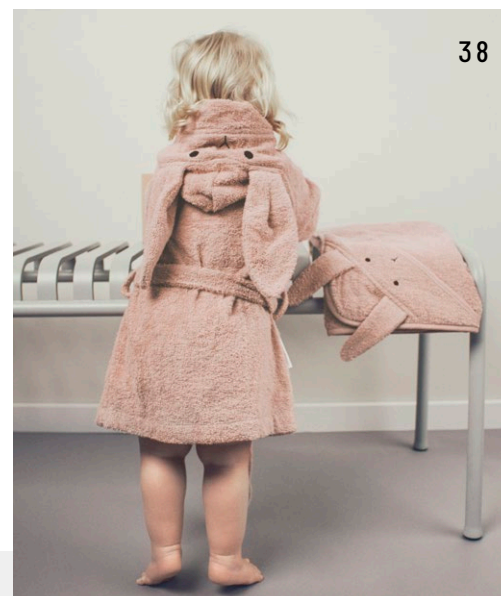
Hos børneinteriørbrandet er der fokus på at opretholde en høj kvalitet og designe gennemarbejdede produkter, der gør en forskel.

42 – FAKTA OM BØRNETØJSBRANCHEN

Branchen for børnetøj har været under stor forandring i flere år. På trods af krisen har en række brands og butikker holdt kadencen, og et baby-boom varsler om bedre tider.

44 – ALPHA STORES: ENGAGEMENT STRATEGIES

En ny rapport fra WGSN giver inspiration til at skabe unikke butiksoplevelser for generation Alpha og deres forældre i et omskifteligt detaillandskab.



Layout

Anette Faarup
Anja Bloch-Hamre
produktion@pejgruppen.dk

Tryk

Reklametryk Herning

Oplag

2.000 eksemplarer

Foto

Colourbox, Pexels, Unsplash, WGSN m.fl.

Næste nummer af TØJ

TØJ nr. 4 udkommer den 29. november 2018.
Redaktionel deadline: 12. oktober 2018.

Brancheportalen

Brugernavn og password er sendt til alle abonnenter per mail.

Bladet påtager sig intet ansvar for manuskripter, fotos og tegninger, der uopfordret fremsendes til bladet. Artikler og billeder i TØJ må ikke benyttes uden tilladelse.