

TUJ

01 2019

scandinavian trend institute — nr. 01 2019 — 41. årgang

FASHION  
& BUSINESS  
TRENDS

udgivet af pej gruppen

# INDHOLD

## 10 – KORT & GODT

Korte nyheder om stort og småt i modebranchen.

## 18 – PEJ TREND AW 19/20 - DET ENESTÅENDE

Selvforkælelse er ikke et fyord i sæsonen AW 19/20. Derfor fokuserer pej gruppens trendtemaer på enestående design, som visualiseres med udvalgte trend- og kollektionsbilleder.

## 38 – MUNTHE

Engang kunne man ikke sige Munthe uden også at sige Simonsen. Sådan er det ikke længere. Munthe er blevet sit eget brand – og dét med stadig stigende succes.



#### **44 – ECHTE**

Det skal føles rigtigt. Det er mantraet, som det bæredygtige brand Echte arbejder ud fra. Brandet har besluttet at tage bæredygtighed til næste niveau.

#### **50 – DE KØBENHAVNSKE MODEMESSER**

Gennem en spørgeskemaundersøgelse samt interviews med forskellige fremtrædende profiler i den danske modebranche sætter TØJ fokus på messerne i København.

#### **64 – OLIVER GRUNDAHL**

Ivan Grundahls søn valgte at overtage modevirksomheden efter farens død – men det var en beslutning taget med hjertet, ikke hjernen.

#### **68 – TRINE WACKERHAUSEN**

Designeren lukkede for et par år siden sit eget brand og er i dag freelancer med få design i eget navn. Hun opfordrer branchen til at producere mindre tøj.

#### **74 – ER ÆGTE PELS PÅ VEJ UD?**

Store high-end brands har fjernet ægte pels fra deres produktion. Men er pelsen på vej ud, eller er der tale om en forbigående tendens, som vi har set før?

#### **80 – CORNATOR - IT GØR EN FORSKEL**

Den danske virksomhed udarbejder it-løsninger, som er nemme og overskuelige at implementere og vedligeholde, og som skaber vækst på bundlinjen.

#### **84 – GO SMALL TO GROW BIG**

Inden for mode er influencer marketing en markedsføringsform i kraftig vækst, og nu er tiden kommet til næste niveau for brugen af influencers i modebranchen.







TUJ

AW 19  
KIDS/YOUTH

scandinavian trend institute – januar 2019 – 41. årgang

FASHION  
& BUSINESS  
TRENDS

udgivet af pej gruppen

# INDHOLD

## **10 – KORT & GODT**

Store og små nyheder fra danske aktører i børnetøjsbranchen. Denne gang med fokus på Melton, Ubang, Kabooki og Utoft Kids Group.

## **12 – SÆSONENS BESTSELLER**

TØJ har spurgt en række danske børnebrands om, hvilken style, de tror, vil blive deres bedst sælgende til efteråret og vinteren 19/20.

## **16 – TREND- OG FARVEGUIDE AW 19/20**

TØJs trend- og farveguide til sæsonen AW 19/20, hvor pej gruppens fire trendtemaer visualiseres med kollektionsbilleder i kategorien Kids/Youth.

## **36 – JACK & JONES JUNIOR**

Det nye brand til drenge i alderen 8-16 år har samme design-dna som Jack & Jones, samme udtryk og samme styles – bare skaleret ned i størrelse.

## **40 – ANGULUS**

Skobrandet designer håndlavede sko med et omhyggeligt fokus på pasform, komfort og holdbare kvaliteter, som bygger på trendbaseret design.

## **44 – GRO**

Det danske børnetøjsbrand skaber børnetøj, der leger med farver hentet fra voksenmoden – selvfølgelig tilpasset børnene og på børnenes præmisser.

## **48 – FILIBABBA**

Baby- og børneinteriørvirksomheden handler ud fra mantraet: Nordic Niceness, og har fokus på nordisk enkelhed, multifunktionalitet og bæredygtighed.