

TUJ

03 2019

svenskinnavnan trend institute – nr. 03 2019 – 41. árgang

udgivet af þej gruppen

FASHION  
& BUSINESS  
TRENDS

# INDHOLD

## 10 – KORT & GODT

Korte nyheder om stort og småt i modebranchen.

## 16 – PEJ TREND SS 20: IDENTITET

Personlige og meningsfyldte løsninger er omdrejningspunktet for pej gruppens trendtemaer til sæsonen SS 20, som visualiseres med udvalgte trend- og kollektionsbilleder.

## BAGGRUND

### 36 – FRAGMENTERET MODEBRANCHE

Chefredaktør på TØJ – Fashion & Business Trends, Louise Byg Kongsholm, giver en status på den danske modebranche, der trods udfordringer klarer sig flot generelt set.

### 42 – UNGE MODEFORBRUGERE FORVENTER DIVERSITET, HOLDNINGSTILKENDEGIVELSE OG MASSER AF KREATIVITET FRA BRANCHEN

Generation Next rykker ind i de primære målgrupper, og derfor bør modevirksomheder tilpasse de strategiske og kreative takter for at imødekomme disse hyper-selvbevidste forbrugere.

## 50 – HELHJERTET LEDELSE

I et uddrag af bogen 'Helhjertet ledelse' fortæller Morten Mortensen om sin ledelsesfilosofi Straction, som han udviklede på baggrund af sine 28 år i Bestseller-koncernen.

## PORTRÆTTER

### 58 – BLANCHE

Alt fra ideer og materialer til indretningen på kontoret er tænkt bæredygtigt. For ambitionerne for de to partnere bag det forholdsvis nye brand er høje – både for brandet og for miljøet.

### 62 – LIBERTINE-LIBERTINE

Brandet blev til en nat i Paris, fik sin spæde start under finanskrisen og sætter nu nye mål med to stærke investorer ombord: Christian Stadil og Niels Mikkelsen.

## RETAIL

### 68 – GOODS

Ifølge indehaveren af den københavnske herretøjsbutik skal de fysiske butikker finde deres niche og levere noget ekstraordinært for at overleve i et presset marked.

### 70 – OLGA

Til næste år kan butikken i Lemvig fejre et kvart århundrede i branchen – til den tid med en netbutik i porteføljen. Den fysiske butik vil dog altid være hjertebarnet.

## BRANCHEPROFILER

### 74 – BIRGITTE HERSKIND

Et fändenivoldsk naturtalent har den nu 53-årige designer altid haft nok af. De seneste år har hun fået godt fat internationalt med design i eget navn, og hun går ikke på kompromis med brandets dna.

### 78 – JENS BIRGER CHRISTENSEN

Det er nye tider for det historiske hus Birger Christensen. Forretningen, som Jens Birger Christensen ejer og er bestyrelsesformand for, nytænkes med egne, digitalt funderede brands.

TUJ

SS 20  
MEN/WOMEN

scandinavian trend institute – juli 2019 – 41. årgang

udgivet af pej gruppen

FASHION

& BUSINESS

TRENDS

billi bi  
COPENHAGEN

# INDHOLD

## **12 – KORT & GODT**

Korte nyheder om stort og småt i modebranchen.

## **18 – DK COMPANY OVERTAGER BRANDS FRA CNS GROUP**

TØJ har talt med CEO hos DK Company Vejle, Kasper Philipsen, om overtagelsen af Solid og Tailored & Originals.

## **19 – MINUS KØBER PEPPERCORN OG DESIRES AF DK COMPANY**

TØJ har talt med indehaverne af Minus, Charlotte Kjær Bruun og Irena Riberholt Jørgensen, om købet af de to damebrands.

## **22 – BLIV KLAR TIL MODEUGEN SS 20**

Copenhagen Fashion Week byder som altid på en række modeshows og præsentationer, og de danske modemesser danner rammen om det personlige møde mellem udstillere og besøgende.

## TEMA: ATHLEISURE

### 28 – SPORTSWEAR TIL HVERDAG: TRENDEN DER ER KOMMET FOR AT BLIVE

Dyk ned i athleisure-trenden og find ud af, hvorfor det at iføre sig sportswear til hverdag er blevet så populært, især blandt de unge forbrugere.

### 32 – NEWLINE HALO

Tilbage i 2015 opsnappede Newline athleisure-trenden og skabte underbrandet Newline Halo. Et brand, der er 'in between' sport og fashion.

### 34 – REZET SNEAKER STORE

Succes med retail og en stigende omsætning hos Rezet Sneaker Store er tydelige tegn på, at sportswear-trenden for alvor har manifesteret sig.

### 40 – TREND- OG FARVEGUIDE SS 20

TØJs trend- og farveguide til sæsonen SS 20, hvor pej gruppens fire trendtemaer visualiseres med kollektionsbilleder i kategorien Men/Women.

### 86 – CLASSICAL CREATIVITY IS NO LONGER ENOUGH: WHAT IS THE FUTURE OF CREATIVE WORK?

Fremtidens kreative erhverv skal ikke frygte teknologi og robotter. Fokus skal i stedet rettes mod skolerne og deres tilgang til det kreative.

## MESSER

### 96 – WHYRED

De sidste fem år er det svenske brand blevet opmærksom på forandringer i markedet og er derfor påbegyndt en international rejse.

### 100 – ROYAL REPUBLIQ

Med et bredt sortiment af bæltter, tasker og sko i god kvalitet, klassisk design og til fornuftige priser har det danske lædervarebrand fundet opskriften på succes.

### 106 – BRUUNS BAZAAR

Brandet med 25 år i bagagen har siden konkursen i 2016 været gennem en genetablering og kan nu se lyst på fremtiden.

### 110 – RÉSUMÉ

Det nyopstartede brand har opnået succes i raket fart. Derfor lukkede to søstre bag brandet nu for danske kunder og kigger mod udlandet.

## TEMA: SKO

### 118 – 7 TENDENSER DU SKAL HOLDE ØJE MED

Den 'grimme' vandresandal, 90'ernes tynde stropper og et potpourri af vilde dekorationer. Trendteamet hos pej gruppen præsenterer skotendenser for de kommende sæsoner.

### 126 – ECCO

Den danske skovirksomhed med rødder i det sønderjyske har plejet sin stærke position på markedet gennem et halvt århundrede.