

# Køb blomster, køb blomster

Nye designere har svært ved at komme til, selv om modebranchen har brug for dem. Ny pris skal skubbe på

Af **Charlotte Rørth**

charlotte.roerth@nordjyske.dk

**H**an står nede i Paris og er ved at pakke sammen. Kjolerne skal foldes nænsomt. Det samme må han gøre ved sig selv, den unge designer Morten Underbjerg.

- Det er helt vildt svært. Helt vildt, siger han, så det høres 1500 kilometer nordpå.

- Helt vildt, gentager han.

Morten Underbjerg, 30 år, er på vej frem i modeverdenen, en af de mest barske brancher at bryde igennem i.

På trods af at det om nogen er en branche, der er afhængig af folk, der kan tænke nyt og anderledes, er der stort set ingen hjælp at hente for de nye designere.

- Nej, der er nogle, der skal give andre en chance. En butik, der køber. Et firma, der vil samarbejde. En investor, der vil lægge penge. Sådan har det altid været, men krisen har ramt de unge hårdt, siger As Øland, kreativ chef i brancheforeningen Dansk Mode & Textil.

Designeren fra Klarup ved Aalborg har stærke beviser på sin kunnen og sit talent. Han er uddannet fra både TEKO i Herning 2003-2007 og Royal College of Art i London, 2007-2010.

Han har arbejdet for Moncler og Alberta Ferretti og var sidste år udvalgt til at tegne til Kopenhagen Furs store

show under modeugen i København.

Og selv om turen til Paris, hvor han viste sin kollektion på Hotel Le Meurice, højner hans private gæld med et par hundrede tusinde kroner, giver han ikke op.

- Nej, nej, der var så stor interesse.

Det amerikanske stormagasin Neiman Marcus for eksempel. Grace Coddington, moderedaktør på amerikansk Vogue, var også forbi og roste mig, fortæller Morten Underbjerg, der fik aftaler med de i modeverdenen kendte butikker N15 i Paris og Vakko i Istanbul.

## Sjove personligheder

De senere år er mange af de små selvstændige butikker med nye designere ellers bukket under.

Det gælder alle lande, som også alle oplever en centralisering, hvor de store kæder og deres indkøbere fylder mere og mere.

De ønsker typisk mange af hvert stykke tøj. Det kan de nystartede enmandsfirmaer ikke levere.

- Vi har været for dårlige til at se, hvor galt det er gået, erkender As Øland og taler på vegne "af modebranchen som sådan".

- Der er så meget brug for de unge, vilde stjerner, der kan bringe fornyelse ind i moden.

- Især herhjemme, hvor vi nu i en række år har fokuseret på at være gode til det funktionelle tøj, man kan cykle i.

Det er godt tænkt, for det giver omsætning, men det varer ikke ved, fastslår hun.

Morten Underbjerg er "helt enig".

- Vi er meget forskellige, vi unge, men vi har det til fælles, at vi netop er personlige. Vi kommer med en helt anden tilgang til det at tegne tøj til mennesker.

- Vi tager det seriøst, men vi bringer også noget sjovt med. Vi har et mere legende udgangspunkt, hvor de "gamle" mere ser mode som ren forretning, observerer Morten Underbjerg.

- Nogle af os er også mere åbne i forhold til målgrupper.

- Jeg tegner tøj til alle aldre. Om kvinden er 18, 25 eller 55 år, fortæller han, der denne gang er blevet inspireret af collager udført af den franske kunstner Henri Matisse.

- Han fik mig til at tage min saks og gå til angreb på blomster og skabe mine print og lægge snittene, så de bryder alt det pæne, forklarer Morten Underbjerg.

## Moden med de vilde

Brancheforeningens As Øland vil ikke "sige til virksomhederne, hvad de skal gøre", men nu kommer selve modens udseende de unge til hjælp.

- Heldigvis er selve moden ved at skifte. Der er en modreaktion på vej. Kunderne er så småt ved at være trætte af det praktiske tøj, og branchen kan se, at de skal gøre noget særligt for at få folk til at købe nyt, forklarer As Øland.

Men det kan være svært for de nye at blive set, så de kan købes af butikker eller af firmaer, der kan finansiere en kollektion og hjælpe med salg.

Designskolerne er gratis medlem af Dansk Mode & Textil og kan hjælpe med kontakt, og alle de nordiske har i 10 år fået adgang til at sende tre til opvisningen Designers' Nest under hvert års sommermodeuge finansieret af messen CPH Vision.

Men derefter er de overladt til sig selv.

- De kan tage job i de store firmaer, men branchen har egentlig mere brug for, at de står på egne ben og tegner tøj, der er interessant og anderledes, siger As Øland og gentager, at brancheforeningen "ikke vil diktere", hvad dets medlemmer skal gøre, men hun "opfordrer gerne til mere samarbejde mellem små og store".

- Designere skal også selv føre sig frem. Og i kunder kan jo købe det nye tøj, når det er der, foreslår hun.

Men nu lader det til, at ikke kun modens udseende kan hjælpe de nye på vej.

## En halv million nye kroner

I torsdags blev Danmarks største talentpris uddelt. Prisen på en halv million kroner blev givet til Anne Sofie Madsen.

De tre andre nominerede var Nikoline Liv Andersen, Asger Juel Larsen og Astrid Andersen.

Prisen blev uddelt for første gang sidste år. Da gik den til designer Peter Jensen fra Løgstør, der arbejder i London. I år er vilkårene dog ændret, så den gives til et talent, der undervejs får hjælp af en erfaren mentor for at øge samarbejdet branchen.

Anne Sofie Madsen fik støtte af Charlotte Eskildsen, Designers Remix.

- Branchen er ved at vågne op, siger As Øland, der sidder i juryen.

DANSK Design Talent - Magasin Prisen er et samarbejde mellem stormagasinet, modebladet DANSK og mode-messen i Bella Center, Copenhagen International Fashion Fair, CIFF.

- Vi håber at se endnu flere unge designere under den kommende modeuge, så Danmark og København kan få en endnu mere central plads på modeverdenskortet, siger Kristian W. Andersen, direktør for CIFF.

## Langt fra at give op

De fire nominerede er alle længere fremme med deres firmaer end Underbjerg, men også for dem, der er kommet lidt i gang, vil den nye pris gøre en "kæmpeforskel", mener As Øland.

- Og det er godt for branchen. Der har været andre priser, men uden de store penge. Og de kan altså ikke leve af æren alene, siger As Øland.

Nede i Paris er Morten Underbjerg "langt fra" at give op.

- Nej, nej, da. Det her er mit liv. Og jeg tager herved igen til februar. Jeg er begyndt at tegne de nye kjoler. De bliver fantastiske.

Han kalder de fire nominerede "supercool på en cool måde", men det er åbenlyst at se, at det stilmæssigt er en noget anden retning, han går i.

- Jeg går efter glæden. Og det er så skønt at se, at den er på mode igen som hos Chanel, Miu Miu og Dior, siger Morten Underbjerg.

Og pakker videre. Inden han drager hjem til Nordjylland.



I torsdags gik en ny talentpris på en halv million kroner til Anne Sofie Madsen, der under modeugen i København i august viste en stram og grafisk enkel kollektion i sort og hvidt. Arkivfoto: Scanpix



Selv en bluse (3300 kr. for blonden fra Sophie Hallette) og et par bukser (3200 kr. i eget digitalt print) bliver legende feminine i Morten Underbjergs univers.



- Jeg går efter glæden. Om det kommer på mode, ved jeg ikke, men det håber jeg da, siger Morten Underbjerg, designer. Cirka pris 4900 kr.



- Vi er meget forskellige, vi unge, men vi har det til fælles, at vi netop er personlige, siger Morten Underbjerg, der netop har udstillet sine kjoler i Paris. Denne koster cirka 2900 kr.



Morten Underbjergs hverdagskjole til 6650 kr. er fyldt med farver i det vævede jacquard fra franske Mahlia Kent, der også laver til Chanel's jakker.



Den franske kunstner Henri Matisse inspirerede Morten Underbjerg til at "gå til angreb på alle de der fine blomsterstoffer og lægge snittene, så de bryder alt det pæne". Cirka pris 8850 kr.