



Lang sommerkjole i blød jersey - i forskellige mønstre, syet i baner.

Stilmiks og farvedrøn hitter

Det svenske mærke Odd Molly er blevet en stor succes

Af Eva Baré,
Dagbladens Bureau

HORSENS - Branding. Det er det, det hele handler om. Det, som får solgt netop den type bil, samtalekøkken, telefon eller tøjstil til netop den type mand eller kvinde.

Eller rettere - er det måske netop branding, som skaber persontyperne, fordi markedet har brug for at afsætte sine produkter?

Hvem der kom først - hønen eller ægget - kan stadig diskuteres, men sikkert er det, at vi spejler os klart i markedets branding eller stereotyper, om man vil, der som en forlængelse af ugebladens salg af drømme om lykelige, smukke, og kendte menneskers liv får os til at tro, at vores liv kan blive lige sådan, bare vi ligner.

Branding handler om at skabe personlighed og lykke på det ydre plan.

Du kan enten klæde dig som de kendte - den type branding er velkendt blandt mange modetøjsmærker - eller du kan, som tøjmærket Odd Molly gør (og har gjort med stor succes), vende det hele på hovedet.

Omvendt branding om man så

må sige, og det virker åbenbart lige så godt.

Under manifestet „Du er perfekt, netop fordi du ikke er det“ har tøjmærket Odd Molly i hvert fald solgt deres tøj over det meste af verden i godt seks år - og det med stor succes.

Nørdens som forbillede

Tøjet er, som firmaet skriver på sin hjemmeside: „En hyldest til kvinden, der netop ikke vil ligne nogen andre.“ Og derfor ligner tøjet en blanding af fordums hippie, Svensk Carl Larsson-stil, gammel mormor og alt muligt andet. Det hele blandet sammen i én stor pærevælling. Tøjet er både sødt, sjovt og i gode kvaliteter.

Til forår og sommer præsenterer Odd Molly (Odd betyder i øvrigt mærkelig) farver og mønstre, som ikke kan andet end at skabe opmærksomhed.

I alle mulige afskyninger og iblandet multikulturelle islæt, som leder tankerne hen på Kina, Peru og Tibet.

Her ses tunikaer i de lækreste silker, lange nederdele og ditto kjoler til en smuk dag eller aften på standen, fine toppe, bluser, lette trøjer, tørklæder og jakker, og det hele med et væld af detaljer i form af flæser, blonder, broderier, bindebånd, sløjfer, knapper osv.

Det hele mikset i én uendelighed og snitmæssigt lavet, så det også kan bæres lag på lag. Og i øvrigt

også af såvel de superslanke som de tykke.

I alle regnbuens farver

Farverne er friske - græsgrøn, kirsebær rød, orange, hvid, mørkeblå, turkis, lilla, pink og gul. I Odd Mollys farvespekter findes hele regnbuen. Det er så langt fra hvid og minimalistisk sommer, som man kan komme, og det er gjort med vilje. For som mærkets svenske chefdesigner Karin Jimfelt-Ghatan siger:

- Tøjet skal opleves, som om du selv har opfundet det. Det skal føles som dit helt eget. Jeg er så træt af endnu en omgang sort på sort eller hvidt på hvidt, derfor. Det tøj, jeg designer, skal opfattes som

sjovt, søndagsfølelsen må også godt være der til hverdag, og jeg håber at kunne ramme mange forskellige aldersgrupper på én gang.

- Odd Molly, skal opfattes som et venligt mærke, der hylder kvinden, som tør stå ved den, hun er. Som tør give slip og leve i nuet, og som derfor vælger tøj, som kan bringe glæde i hverdagen. Ingen politiske budskaber herfra - kun glæde og de nære værdier, siger Karin Jimfelt-Ghatan.

Og det er jo også en slags budskab eller?

Nærmeste forhandler og priser oplyses på tlf. 70 27 08 00. Eller på www.oddmolly.com



Kort ærmeløs sommerkjole, lang spraglet nederdel med fin overdel med broderi og tunika til såvel bukser som bare ben. Odd Molly har mange udtryk at vælge imellem til denne sommer.



Fin tunika til strandturen i hvid med blåt mønster. Materialet er poplin.

Korte nederdele og lette sommerskjorter. Mikset på kryds og tværs. Batiks kjorterne er i silke og helt nyt i denne sommer.

