

●●● "Det enkla är det snygga" är den devis som följer med all marknadsföring för Getti Spa's kläder. Det är också en förklaring till vad Getti står för, menar årets Guldknappsvinnare, designern Lena Liljegren, och fortsätter:

– Vackra kläder är jag väldigt svag för, men de måste vara enkla och rena i linjerna. Lena gillar absolut inte för mycket detaljer, rysch och pysch och utsmyckningar på kläder.

Hennes egen design är nästan totalt befriad från detaljer. Det är också mycket typiskt för Getti Spa's kläder att de är basenkla och okomplicerade i snitt. Hemligheten med kollektionerna är det rika utbudet av kombinationer – allt går att sätta ihop, härs och tvärs, mönstermässigt som färgvis. Det är just kring färgkoordinationen Lena Liljegren bygger upp kollektionerna.

– När jag väl bestämt mig för vad Getti skulle bli, vad jag gillar och tror på så kom jag fram till att det är rena kläder – väldigt mycket färg, vackra färgkombinationer och vackra tyger. Det här med att det ska vara en massa looker, det känns så jobbigt och onaturligt. Vem går egentligen klädd som en "farmer girl"? Man lever ju inte så!

Nu har visserligen Lena arbetsnamn på det hon gör. Dessa arbetsnamn kan verka nog så stilindlade, men meningen är att dela in kollektionen efter olika slags tjejer, något som ska stämma med olika, vanliga köpare och deras vardagsliv. Varje program är färgkoordinerat och alla plagg stämmer överens i kvalitet och mönster. Men samma typ av plagg återkommer i de olika programmen, som bas. Det finns alltid två-tre byxor, en-två blusar eller skjortor, en-två jackor, en rock, en-två kjolar och en klänning. Beroende av leveranstider tillkommer vissa andra plagg, och materialen samt mönster- och färgkombinationer förändras – från tyngre till lättare, från vardag till fest.

– Jag arbetar hårt på formen, att försöka hitta nya skärningar, berättar Lena.

Hon säger också att "den totala formen" är det som intresserar henne mest. Så snart hon är utomlands kommer hon på sig själv med att oavbrutet kolla in hur folk ser ut, klädernas silhuett och hur själva plaggen är skurna. Dessutom är det den absolut feminina formen Lena vill åt.

– Jag gör nog mycket mer feminina plagg än många andra. Och det ska vara den här kombinationen – lite tufft och lite tjejjigt.

● Den målgrupp Getti vänder sig till ligger någonstans från 20 år och uppåt – med tyngdpunkt på 25–35 år – bland självständiga och yrkesarbetande tjejer som spenderar pengar på kläder och ofta vill förnya sig. Getti betraktas ofta som "ungt" och modemedvetet utan att för den skull vara överdrivet.

– Jag är nog rätt påverkad av trender, så där allmänt, menar Lena. Jag snappar själv väldigt lätt upp nya grejer och jag tänder på dem. I och med det så kommer det ju kollektionen till godo...

– Sedan utgår jag faktiskt väldigt mycket ifrån vad jag själv känner för. Jag har försökt och tänkt att jag måste vidga mig mer, men det är konstigt att så fort jag försöker mig på något annat än det jag känner för, så blir det inget...

Lena inspireras mycket av det hon ser ute på resor och i utländska tidningar. Hon är dessutom väldigt intresserad av alla konstater och nya strömningar. Hon är lyhörd för alla slags trender, och det hon tänder på omvandlar hon på sitt eget vis. Att hitta nya infallsvinklar upplever hon inte som svårt.

– Många frågar om det inte är jobbigt att börja med en ny kollektion, men jag tycker det är så himla roligt när jag ska börja med något nytt – då har jag ju redan gått och klurat ut vad jag känner för och vad jag vill göra, i månader...

Vissa trender kan man inte undvika – som detta att det plötsligen kom in så mycket färger i modet i höstas. Lena var själv fullständigt övertygad om att det var rätt – och satsade stort på starka, nästan självlysande färger. Men hon fick mycket kritik från kunderna. Så kom ändå den oundvikliga färgrikedomen, tack vare "säkra signaler" från utlandet. Och Lena kunde konstatera att hon hade haft mer än rätt. De starka färgerna återkommer också i vårkollektionen.

Lena själv klär sig alltid i färger. Hon bär sällan något utpräglat maskulint eller överdimensionerat och överdrivet, hon föredrar det figurmedvetna, mjuka och bekväma. Hon bär också gärna smycken och accessoarer. Hon gillar flärd: Hon är alltså själv en god repre-

(Forts på sid 81)



AV LOTTA LEWENHAUPT. FOTO: BERNE STÄHLENKRANTZ

DET ÄR ENKELHETEN SOM ÄR SKÖNHETEN

Styrkan hos Lena Liljegren och kollektionerna från Getti Spa ligger i den totala koordinationen. Alltifrån färg- och materialval till praktisk funktion. Kläderna är enkla, raka och okomplicerade men ändå moderiktiga och snygga. Detta har Lena Liljegren byggt upp mycket konsekvent under många år och vi anser att det visar sig speciellt i årets kollektioner.

Damernas Värld, Moderedaktionen

VÄND! Så finner Du kläderna som Lena Liljegren specialdesignat för Damernas Värld!

**HÄR ÄR KLÄDERNA SOM
GULDKNAPPSVINNAREN
LENA LILJEGREN SPECIALDESIGNAT
FÖR DAMERNAS VÄRLD**

Tre enkla och mycket lättsydda kombinationsplagg kan du sy efter veckans mönster. Du kan göra långärmad skjortjacka, långbyxa och kjol. Mönstret finns i veckans nummer och sömnadsbeskrivningarna hittar du på sidan 62.

AV LOTTA LEWENHAUPT FOTO: BERNE STÄHLENKRANTZ

SY

VÅRENS
FRÄNASTE
KLÄDER

Jackan, eller skjortan, har raglanskuren ärm och är höftlång. Kragen är lagd dubbel i omlott fram och jackan knäpps fram. Fickor i sidsömmarna och axelvaddar som ger lite rakare axelsilhuett. Långbyxorna är helt raka och snäva som jeans. De "knäpps" baktill med blixtlås för att få en slankare form.

**SNÄVA
LANGBYXOR
MED
BLIXTLÅS
BAK**

**RAK
KJOL
MED
VOLANGVÅD
BAKTILL**

**RAK SKJORTJACKA
MED
SIDFICKOR**

Här ses den höftlånga jackan till kjolen, med skärp om midjan. Jackan är helt rak, med raglanskuren ärm och fickor i sidsömmarna. Kjolen är rak och sydd i fyra våder med en liten volang bak istället för gångveck. Bak ligger också blixtlåset. Kjollängden är beräknad till strax nedanför knäet.



1970 orsakade Peter Dahl stor skandal.

Tre starka poliser stormade hans utställning på Göteborgs Konsthall och beslagtogs en målning föreställande en naken prinsessan Sibylla.

1984 målar samme konstnär sig rakt in i hela svenska folkets hjärta genom att illustrera Bellmans "Fredmans Epistlar".

Vad hände däremellan? Före? Efter? Vad driver konstnären framåt? Vad gör han när han inte målar? Varifrån hämtar han sin inspiration?

"Ett konstverk kan förstås gripa utan att man vet ett dyft om hur det är uppbyggt eller hur det har kommit till", säger Peter Dahl.

Men det går att berika den upplevelsen genom att veta lite mer.

MånadsJournalen
Väl använd tid.

Varje månad fyller vi en hel tidning med konst, musik, litteratur, teater, film och nöjen. Insatt i sitt sammanhang med politik, vetenskap, forskning och affärsliv. Det gör oss till landets enda breda kulturtidskrift.

GULDKNAPP (forts)

Man behöver flärden och klädvansinnet

sentant för sin egen design.

● Lena Liljegren är lågmäld, mycket mjuk och lugn i sättet och hon är absolut feminin. Hon är också mycket entusiastisk och utåtriktad. Envis, metodisk, lyhörd. Hennes inställning till kläder ligger både på det estetiska och praktiska planet. Detta är utan tvekan egenskaper som fört fram henne till den position hon har i dag, som ensam ansvarig designer för Getti Spa. Hon gör årligt fyra kollektioner om året – och sticker emellan med extrauppgifter som att exempelvis designa Linjeflygs uniformer förra våren.

Efter sönadsskolan och An-Beckmans skola började Lena arbeta på Åhléns, som kontorist på inköpskontoret. Efter en jätterationalisering slutade hon där, eftersom hon inte ens var fast anställd. Hon kom sedan till NK, också där som kontorist. Efter ungefär ett halvår började hon på inköpsavdelningen och blev redan efter ett år inköpare. Så småningom hamnade Lena som chef för NK Trend, där hon koncentrerade sig på att köpa in avancerad utländsk design.

På NK arbetade Lena drygt sju år, till 1977. Vid det laget var hon gift med Mats Liljegren, som sedan 1968 haft sitt eget konfektionsföretag, Mats Liljegren & Co. Eftersom Lena vänsitt första barn tyckte både hon och Mats att det var mest praktiskt att hon började jobba hos honom. Men hon hade ju aldrig jobbat som designer – så under två års tid provade hon sig själv, och jobbade vidare på den stul Mats hade kört in sig på, med rätt moderiktiga kläder, nog så inspirerade av utländsk design.

Det var nog faktiskt Mats som kom på att Lena skulle göra egna hela kollektioner, och när hon kände sig mogen för det startades Getti Spa år 1979. Redan från början blev det helt koordinerat program. Tiden som inköpare påverkade nog en del. Hon hade ju lärt sig vad man ville ha, vad som säljer. Men gradvis utvecklade hon en egen, personlig stil.

– Man har ett eget tänkande som är anpassat till att faktiskt varje människa ska kunna sätta på sig det här och känna sig fin

i det utan att känna sig konstigt...

– När jag ser människor i mina plagg och att det ser bra ut – då är jag nöjd. Då har jag gjort ett bra jobb.

● Vi återkommer till "det enkla är det snygga". Det viktiga är att man inte "måste" skaffa sig en massa nya saker, att man inte ska känna sig utklädd. Men visst behövs flärd och en viss portion vansinne när man klär sig. Kläderna är inte bara konsumtionsvara för säsongen, utan basen. Det är tillbehören som ger förändringen.

– Det jag väldigt ofta hakar upp mig på – och det som jag känner väldigt mycket för att slå ett slag för – det är att utveckla människors smak. Det skulle få finnas mer utrymme för god smak i Sverige. Där tycker jag Ikea gjort rätt mycket – titta bara på vilken enorm skillnad det är i svenska hem i dag; där har Ikea skalat bort allt dåligt och fört fram enkla, snygga, rena grejer. Det är sånt jag känner för när jag gör kläder...

En annan sak som ligger Lena varmt om hjärtat är att sälja svensk design och få bort "fulhetsstämpeln". Av den anledningen är nu Lena och Mats med i en grupp på elva svenska företag som tänker slå ett slag för svensk kläddesign även för utländska marknaden. Och detta ska kulminera, eller börja, under modemässan i Älvsjö nu i februari.

Designern Lena Liljegren är alltså oerhört aktiv och engagerad i sitt arbete. Privatpersonen Lena Liljegren är minst lika aktiv – hon åker skidor, seglar, springer och gympar. Hon har ett stort behov av att vara ute i naturen, må bra och känna sig frisk.

– Eftersom jag lever rätt hårt, dubbelarbetande med två barn och mycket jobb, så är det mitt sätt att klara mig. Om jag är uppskruvad är bästa sättet att blåsa igenom huvudet att springa!

Intresset för sport och natur har Lena gemensamt med Mats, liksom förtjusningen i god mat. Att just Getti Spa heter som det gör har just med matintresset att göra – omvänt blir det ju "spagetti". Även i det fallet gäller att "det enkla är det goda".

Men Lena Liljegren har som sagt en väldig massa intressen. Och hade hon nu inte blivit designer hade hon förmodligen sysslat med inredning – för vid sidan av kläder är det vad hon är mest road av. ●

RESEBYRÅN HEMLÄNGTAN

●●● När jag var pojke tänkte jag mej en framtid i resebyråbranschen.

För jämt längtade jag ut och bort.

Visserligen är jag rätt belåten med det yrke jag fick till slut, om man nu kan kalla det för ett yrke. Men då och då återkommer jag till den där gamla drömmen: resebyrån.

Det finns andra jobb också, som jag skulle gilla. Jag skulle till exempel vilja vara en som kommer med goda nyheter. Det är ett arbete som inte finns, kanske ni invänder. På det vill jag svara: Det är synd, det.

Om någon vunnit högsta vinsten på penninglotteriet eller fått treton rätt på tipset så skulle det vara jag som kom och berättade det. Jag skulle knacka på dörren och säga: "Gissa vad som har hänt!"

Sen skulle jag säga det: "Ni har vunnit en miljon!"

Vad glada dom skulle bli.

Fast ännu hellre en resebyrå kanske. För länge sen drömde jag om en som säljer resor bort. Men hade jag en i dag skulle det vara en som saluför resor hem. Resebyrån Hemlängtan, skulle den heta.

Hemlängtan, inser man med åren, är starkare än bortlängtan. Och svårare att tillfredsställa.

För det är ju inte alls säkert att "hemma" är den plats där man råkar vara född. Dit kan man åka – men när man väl har kommit fram händer det att man känner att underligt nog sitter hemlängtan kvar, den har inte stillats.

Då är det ett annat "hemma" man längtar till.

Alla människor har ett "hemma" någonstans. Det är den plats där man är ment att leva, där allting stämmer, där sinnet stillnar.

Det kan slumpa sej så att man kommer på genomresa till Reykjavik eller Rio, till Värnamo eller Verona eller till en plats så liten att den inte ens har namn. Och känna: Jamen det är ju här jag skulle vara.

Det besvärliga är att det behöver inte ens vara ett verkligt ställe som är "hemma", det kan vara något så svårfångat som ett ljus, en stämning, ett tillstånd i själen. Man vet att man har varit i det. Men man hittar inte tillbaka.

Det är där Resebyrån Hemlängtan AB kommer in i bilden.

Vi skulle ha som specialitet att finna router längs igenvuxna stigar, såna som inte finns på kartan. Den sortens firma skulle vi vara. Som tar folk, inte till Lanzarote och Benidorm, utan via lyckans rastplatser till den trakt, förlorad eller aldrig funnen, som innerst och hemlighetsfullast är: Hemma.

Alla våra resor skulle vara första klass, det vill jag gärna framhålla. Våra kunder tillhör samma kategori allihopa, nämligen. Dom är långtare; och långtare har det inte lätt.

Dom har verkligen gjort sej förtjänta av en smula komfort och de luxe.

STEFAN ANDHÉ

