COSTUME

2549

NR. 5 NOVEMBER–DESEMBER 2025

CATWALK-SPESIAL

Alt om sesongens fineste kåper, sko, vesker, smykker og klokker

KUNSTPAUSE

Møt Liv Ertzeid og tre andre nordiske kunstnere vi elsker

COLLECTOR'S Item

MOTE

NATUREN KALLER!

HØSTENS VAKRESTE

Forsker og modell Sunniva Stordal (45) fronter The Curated x Costume-kolleksjonen for Plan og jenters rettigheter

COSTUME

NORGES STØRSTE MOTEMAGASIN

NR. 5 NOVEMBER – DESEMBER 2025

BC | 397 | 005 | KR. 114,95

MOTE

7 023062 403971 50005

CHANEL





Bjerke

Bjerke-huset, Øvre Slottsgate 23, Oslo +47 23 01 02 10 | Strandgaten 7, Bergen +47 55 23 03 60

urmaker-bjerke.no




BY APPOINTMENT TO THE ROYAL DANISH COURT
OLE LYNGGAARD
FINE JEWELLERY SINCE 1963
COPENHAGEN MUNICH STOCKHOLM SYDNEY
For store locator, visit www.olelynggaard.com

To find retailers contact Moxtex AS

+47 23 01 46 20

BUSNEL

DEPUIS 1920

MESSY



PURVEYOR TO THE ROYAL COURT OF SWEDEN

EFVA ATTLING
STOCKHOLM

For retailers in Norway visit efvaattling.com





MOROCCANOIL.COM



Light-as-air dry oil spray instantly absorbs into hair
for enhanced manageability and shine.

Adam og Eva

etabl. 1973

BERGEN FORNEBU FREDRIKSTAD JESSHEIM OSLO SANDVIKA SKI STAVANGER STRØMMEN TRONDHEIM

ANNONSE

Kollagenpulveret fra Oslo Skin Lab:
– Virker det egentlig?

Ja, det virker! Studier* bekrefter at de bioaktive kollagenpeptidene i The Solution™ kan redusere rynker, forbedre hudens elastisitet og redusere cellulitter. Dette får vi også stadig bekreftet fra våre kunder, og her deler noen av disse sine bilder og historier.



Jeg ser mest forskjell og forbedring på huden på lårene, som tidligere var rynkete og ru. I tillegg har huden over hele kroppen blitt mykere og glattere.

JETTE (55 ÅR)



Jeg opplever at huden min føles mer spenstig, og at jeg ser mye freshere ut. Jeg begynte å merke en bedre spenstighet og glød etter ca. 2 måneder.

CHARLOTTE (42 ÅR)





OSLO SKIN LAB®
High performance skincare

ANNONSE

Et smaksnøytralt
kollagentilskudd som består av
100% hydrolysert kollagen type 1
med dokumentert effekt på
forbedring av huden*.
En dagsdose blandes i valgfri
mat eller drikke.



DIN PRIS:
227,-
Ord.pris: 649,-

+ Gave
GLOW UP
SHEET MASK
Verdi: 169.-

Mindre synlige linjer og rynker **Fastere og spenstigere hud**
Reduserer cellulitter **Forebygger aldringstegn** **Forbedrer hudoverflaten**

Vil du se om det kan gi lignende effekt på din hud? Nå får alle lesere av COSTUME **65% AVSLAG + SHEET MASK I GAVE**. SKANN QR-KODEN MED MOBILKAMERA OG BLI TATT RETT TIL DITT TILBUD, ELLER BRUK RABATTKODEN **COSTUME+GAVE** PÅ OSLOSKINLAB.NO

Bestill nå og du får tilsendt The Solution Beauty Collagen™ hver 4. uke med 65 % på første kjøp – dvs. kun 227,-. I tillegg får du 30 % avslag på alle senere forsendelser dvs. 454,-. Ingen bindings- eller oppsigelsestid. 14 dagers full returrett.

**Dobbeltblindet placebo-kontrollert studie på rynker: Proksch E1, Schunk M, Zague V, Segger D, Degwert J, Oesser S. Skin Pharmacol Physiol. 2014; 27(3): 113-9. doi: 10. 1159/000355523. Dobbeltblindet placebo-kontrollert studie på cellulitter: Dietary Supplementation with Specific Collagen Peptides has a Body Mass Index-Dependent Beneficial Effect on Cellulite Morphology. Michael Schunck, Vivian Zague, Steffen Oesser and Ehrhardt Proksch, J Med Food 18 (12) 2015, 1340–1348.*

COSTUME



Ajour

28 Høstutstilling og myk luksus.
30 Interiørfavoritt og smart klokke.
32 Comeback bag.
34 La deg inspirere av Island.
36 Motehuset Zimmermann.
38 Taylor Swifts showgirl.
40 Månedens budsjettkjøp.
41 Stilikonet Dua Lipa.
43 Mitt univers.

Feature

46 Sunnivas storhet. Møt brystkreftforsker og modell Sunniva Stordal, som fronter vår hjertesak.
68 Mote for likestilling. Alt om vårt store The Curated x Costume-kolleksjon til inntekt for Plan International Norge.
70 AI-modellenes inntog.
74 Kunsten og livet. Møt fire nordiske kunstnere.
88 Ridende eleganse. Bli bedre kjent med Hermès første kunde.
92 Hvorfor yoga og duft gir zen.

Forsiden MODELL Sunniva Stordal/Heartbreak FOTO Desiree Mattsson MOTEREDAKTØR OG PRODUKSJON Caroline Krager
STYLIST Linda Wickmann HÅR Malin Wallin MAKEUP Linda Wickmann POST PRODUCTION Ruben Kristiansen
ASSISTENT STYLING OG MAKEUP Joanna Izdobska
ANTREKK Vivienne Westwood, Rundholz, Thierry Muegler, Viking.

FOTO DESIREE MATTSSON

TUDOR



DAVID BECKHAM







BLACK BAY

What is it that drives someone to greatness? To take on the unknown, venture into the unseen, and dare all? This is the spirit that gave birth to TUDOR, a spirit carried forward by every individual who wears this watch. This is the spirit that drives **David Beckham**. On his wrist is the TUDOR Black Bay, a 41mm diameter stainless steel diving watch with a signature burgundy bezel and Master Chronometer certification by METAS. A classic, worn by a legend. Some are born to follow. Others are born to dare.

BORN TO DARE

COSTUME



166 De fineste høstlookene i moteserien med Maggie Maurer, og de nye nisjeparfymene.

98 Møt den nye kreative lederen for Uniqlo.
102 Bli med til vakre Ischia.

Catwalk

108 Leder.
110 Fall favorites. Motebransjens insidere gir deg sine høstfavoritter fra catwalken.
122 Fremtidens veskeikoner på restaurant.
132 Dagbok fra moteukene.

Mote

140 Musens mekka. Høstens fineste looks fotografert i vakre Paris på modellikonet Maggie Maurer.

Skjønnhet

160 Skjønne nyheter.
162 Jennas kyss.
164 Sonias univers.
166 Kun for deg. Guide til nisjeparfymer.
170 The Cover Look med Linda Wickmann.

Faste sider

22 Leder.
24 Kolofon.
171 Neste nummer.

FOTO SASCHA ODA ADLER OG TOBIAS HOFFMANN

Med kjærlighet siden 1857



THUNE

THUNE.NO / 810 0 1857



KVINNEKRAFT

Endelig kan vi vise frem årets designsamarbeid til inntekt for Plan International. I år er det en glede å kunne presentere de to omslagsjakkene vi har designet sammen med The Curated. Motehuset, som ledes av Nicola Harlem, har sitt hovedkvarter i Asker, kunder over hele verden og vant prisen Årets norske designer på Costume Awards 2025. I tillegg til omslagsjakken i to fargekombinasjoner har vi designet en balaklava – alle perfekte plagg for å holde deg varm og chic. Alt overskuddet går uavkortet til Plan og det arbeidet de gjør for jenters rettigheter. Vi håper du kjøper og støtter!

Til å fronte det hele ønsket vi oss noen som representerer styrke, kunnskap og femininitet. Et navn som dukket opp raskt, var den tidligere supermodellen, nå forsker på brystkreft, trebarnsmor og gründer Sunniva Stordal, så gleden var ekstra stor da hun sa ja. For som designer Nicola Harlem sier:

– Sunniva er en rollemodell og et bevis på at du ikke trenger å passe inn i bare én boks, men gjøre mange forskjellige ting like bra. Det er akkurat en sånn kvinne vi designer for hos The Curated – en som omfavner sin egen identitet, står støtt i sin kraft og lager sin egen vei i livet.

For å forevige henne i The Curated x Costume-plaggene og høstens møte tok vi henne med til noe av det vakreste jeg vet, den norske fjellheimen. Det er bare å bla seg frem og bli inspirert av både Hardangervidda i all sin prakt, moten og det åpne og ærlige intervjuet.

Høst er motehøytid, og vi serverer derfor vår ekstra store Costume Collectors Item. Her har vi blant annet kuratert det mest elegante, sofistikerte og coole tilbehøret og vakre ytterplagg moteverdenen har å tilby akkurat nå. Kanskje har du flere items i din garderobe allerede?

Ellers kan du glede deg til å møte fire nordiske kunstnere, bli betatt av den vakre moteserien med modellikonet Maggie Maurer i Paris, bli klokere av vår guide til nisjeparfymene, lese et intervju med Clare Weight Keller, og ta et dypdykk ned i hva KI-skapte modeller gjør med skjønnhetsidealet vårt – samt mye, mye mer.

God høst!

HJERTESAK

OM PLAN:

COSTUME x THE CURATED x PLAN

MOTE FOR LIKESTILLING

Vi er så stolte av årets Equality-prosjekt til inntekt for Plan International Norge. Denne gangen er det The Curated vi har designet de perfekte høstplaggene med. Omslagsjakke 3 500 kr og balaklava 1 200 kr på www.shopthecurated.net



Kine B. Hartz, siefredaktør

FOTO ISABEL WATSON & DESIREE MATTSSON

JENNIFER LAWRENCE

Elegance is an attitude

LONGINES



LONGINES
PRIMALUNA

COSTUME

REDAKSJONEN

Sjefredaktør KINE B. HARTZ
Art Director IDA BRU
Mote- og skjønnhetsredaktør SONIA UPPAL
Skribenter og stylister i denne utgaven
SONIA UPPAL, MARIE ALKESTRUP, CAMILLA GÖTHLIN,
CHRISTIAN HANSEN, LINDA WICKMANN, CAROLINE KRAGER,
ANNE CHRISTINE PERSSON, MALOU WEDEL BRUUN, MARIA LUIZA MARIETE KOCH,
RIKKE WACKERHAUSEN-SEJERSEN
Contributing Beauty & Fashion Editor LINDA WICKMANN
Nettansvarlig INGRID HÅRSTAD
SoMe kreativ og events LINNEA JAMES
Korrektur INGUNN NÆRØ

HENVENDELSER TIL REDAKSJONEN

Oscars gate 81, 0256 Oslo
mail@costume.no

Følg oss på Facebook: Facebook.com/costumenorge
Følg oss på Instagram: @Costumenorge

Costume.no

ANNONSESALG

Salgssjef og magasinansvarlig KJERSTIN KONTERUD kjerstin.konterud@bonnier.no +47 916 17 968

Magasiner.no

Bonniermedia.no

Henvendelser knyttet til abonnement rettes til vår kundeserviceavdeling.

KUNDESERVICE

kundeservice@bonnier.no
Kundeservice.com

ABONNEMENT

Kundeservice besvarer henvendelser vedrørende abonnement, innbetalinger, adresseendringer, vervinger, tidligere utkomne numre m.m. Oppgi alltid ditt abonnementsnummer ved alle henvendelser. Du finner ditt abonnementsnummer over navnet ditt på girokortet. Nytt abonnement bestilles fra kundeservice. Abonnementsprisen er 75 kroner per utgave. Se Costume.no/abonnementsbetingelser for ytterligere informasjon om abonnementet.

BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Personopplysninger som angis ved oppretting av abonnement, behandles i henhold til retningslinjene for personvern, som du kan lese om på Bonnierpublications.com/personvernpolitikk.

UTGIVER

©Bonnier Publications International AS

Trykk PRINTALL A/S
ISSN 08099138

Trykksak
4041 0820

Redaksjonen påtar seg ikke ansvar for manuskripter, bilder og illustrasjoner som ikke er bestilt.
Magasinet må kun siteres med tydelige kildehenvisninger. Gjenbruk av redaksjonelt stoff tillates kun etter avtale.
Redaksjonelt stoff fra magasinets navn må ikke brukes i ervervsøyemed.

iben

ibenofficial.com

KF39 www.schjarven.no Foto: Janne Rugland

HOUSE OF PIENE

Inspirert av havet, himmelen og skogen, fanger kolleksjonen den nordiske naturens mangfold og skiftende årstider. Fra snødekkede fjelltopper til glitrende skjærgårder, fra detaljene i en snøkrystall til enkelheten i løvetann – skapes vakre smykker som vil glede et hvert øye.



Diamantsmykke 585 gull. Tot. 0,10ct w/si. 8.699,- Diamantøredobber 585 gull. Tot. 0,15ct w/si. 12.499,- Diamantring 585 gull. Tot. 0,25ct. w/si. 13.999,- Diamantring 585 gull. 0,40ct w/si. 29.999,- Ring 585 gull. 5.999,-

BJØRKLUND
LYKKESMED

Se hele kolleksjonen på bjorklund.no

AJOUR

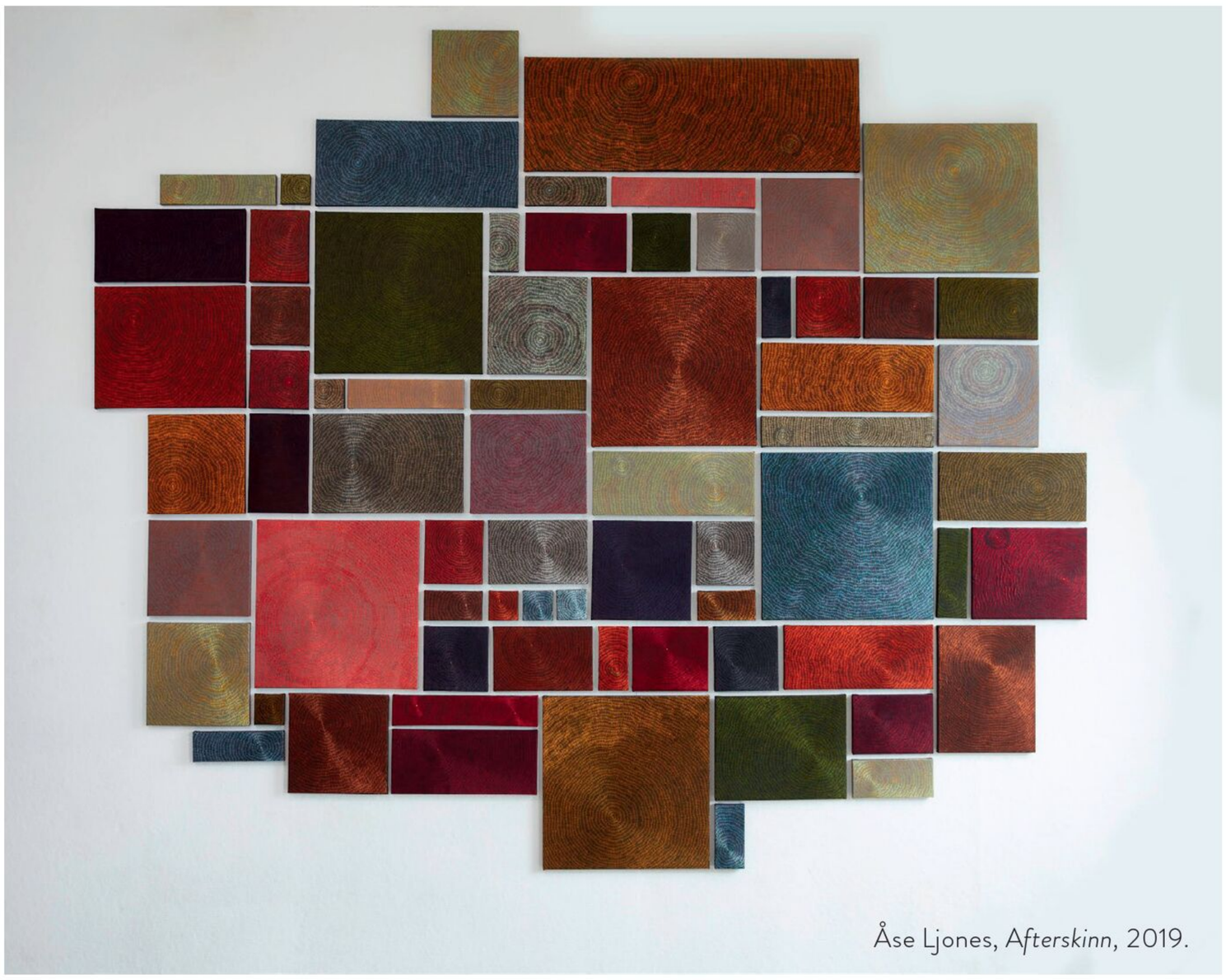
Vi elsker høstens lag på lag-styling og alt som skjer innen kultur, kunst og mote der ute. Her er våre utvalgte favoritter.



FOTO ANNA STOKLAND



Torill Bonaksen, *Forvillet III*, 2015.



Åse Ljones, *Afterskinn*, 2019.

KUNST

STOR HØSTUTSTILLING PÅ NASJONALMUSEET

Nasjonalmuseet åpner opp for den største kunsthåndverksutstillingen som noensinne er vist, KUNST·HÅND·VERK, utviklet i samarbeid med Kode og Nordenfjeldske Kunstindustrimuseum (MiST). Utstillingen presenterer verk fra rundt 90 norske og internasjonale kunsthåndverkere, og spenner over et bredt spekter av teknikker og materialer. Publikum får oppleve alt fra små, detaljrike arbeider til store, romlige installasjoner – alle skapt i løpet av de siste 25 årene. Billedkunstnere tar i bruk teknikker som vev og keramikk, industridesignere jobber med tre og lager skulpturelle uttrykk, mens kunsthåndverkere utforsker medier som fotografi, film, installasjoner og konseptkunst – en kulturell høstopplevelse du ikke bør gå glipp av.

Nasjonalmuseet.no

MOTE

MYK LUKSUS

Med vinterkulden rett rundt hjørnet, kunne tidspunktet knapt vært bedre for åpningen av Oslos nyeste destinasjon for kasjmirplagg av høy kvalitet, Soft Goat. Det svenske klesmerket har et mål om å tilby moderne, tidløst og elegant tøy, som aldri går ut på dato. Butikken er nøye utformet sammen med den svenske møbeldesigneren Daniel Östman og arkitektkontoret Hultman Vogt, som bringer Soft Goat-universet til live i en håndgripelig form som gjenspeiler merkevarens estetikk og kjerneverdier: kvalitet, arv og moderne design.

SOFT GOAT Prinsens gate 27



Jakke, 5 930 kr. Bukse, 5 420 kr.
Kardigan, 3 280 kr.



FOTO NASJONALMUSEET/FRODE LARSEN, ØYSTEIN KLAGEFF, PRODUSENTEN


DULONG
Fine Jewelry Crafted in Copenhagen
dulongfinejewelry.com

INTERIØR

MODERNE NOSTALGI

Når mørket melder sin ankomst er det tid for å skape ekstra god stemning innendørs. Danske Ferm Living er best i klassen når det kommer til å forene skandinavisk designarv med et moderne og stemningsfullt uttrykk. Interiørkolleksjonen for høsten bygger videre på bærekraftige prinsipper og naturlige materialer – og henter inspirasjon fra ulike epoker i designhistorien. Elementer fra både viktoriansk eleganse og art decoens raffinerte formspråk trer tydelig frem, og hvert møbel er designet for maksimal komfort, samtidig som den skal oppleves elegant og delikat. I sentrum av kolleksjonen står blankpolerte metaller, tre og et særpreget blomstermotiv som skaper en hjemmekoselig og avslappet følelse som minner oss om å senke tempoet og verdsette det unike.

Fermliving.com



Rico Piccolo Lounge Chair,
21 089 kr.



SMARTKLOKKE ENDA SMARTERE

Apple løfter smartklokken til nye høyder med lanseringen av Apple Watch Series 11 – en banebrytende oppdatering med avanserte helsefunksjoner og personlig tilpasset innsikt. Med funksjoner som blodtrykksvarsling, søvnscore og forbedret treningsoppfølging, er klokken utviklet for å støtte brukernes helse og velvære, alt pakket inn i et elegant og robust design, laget for å følge deg gjennom hele dagen og natten.

Apple Watch Series 11, 5 490 kr.



FOTO PRODUSENTENE



Every stone tells a story

With the new Inner Peace Bracelets, you select the genuine gemstones and craft a unique piece in 18 karat gold, made just for you.
Your balance your choice.

rocopenhagen.no



MOTE

Comeback bag

Michael Rider debuterte som kreativ direktør for Celine i sommer – og kolleksjonen er spekket med stilreferanser til hans forgjengere Phoebe Philo og Hedi Slimane. Flere velkjente silhuetter dukket opp på catwalken – og aller mest bemerkelsesverdig: comebacket til den ikoniske it-vesken, The Phantom Bag. Den relanserte vesken, som først ble introdusert av Philo i 2010, har fått navnet «Smile Variation», og bringer fortiden inn i nåtiden med en mer moderne silhuett laget av mykt lammeskinn med en subtil glans, delikat tekstur og en unik glidelås med et interessant uttrykk.

Celine.com





FOTO PRODUSENTEN





Fargen blå står for visdom, kongelig eleganse og tidløs skjønnhet. De 48 utvalgte safirene gir klokken – og din outfit – det lille ekstra.



Jennifer Lawrence er Longines' ambassadør.

EN NY ÆRA FOR TIDLØS ELEGANSE

Med den nye PrimaLuna-kolleksjonen løfter Longines sitt ikoniske ur til nye høyder av raffinert luksus og feminin sofistikasjon. Den blå perlemors-urskiven er dekorert med 14 TopWessel-diamanter og 48 vakre safirer.

Longines løfter sin ikoniske PrimaLuna-kolleksjon inn i en ny tid, der klassisk eleganse møter moderne raffinement og utsøkt sveitsisk håndverk. Serien er fullstendig redesignet, men bærer fortsatt den karakteristiske balansen mellom tradisjon og fornyelse som har gjort PrimaLuna til et symbol på sofistikasjon.

Hver detalj er nøye gjennomtenkt – fra de harmoniske proporsjonene og den oppgraderte datovisningen i månefase-funksjonen, til den mesterlige innfatningsteknikken som setter edelstenene i fokus. Blant høydepunktene skiller modellen med blå perlemorskive seg ut, omsluttet av en bezel med 48 nøye utvalgte safirer. Resultatet er en himmelsk hyllest til sveitsisk urmakerkunst, hvor tidløs eleganse og moderne estetikk smelter sømløst sammen.

Kolleksjonen frontes av Longines' ambassadør, filmstjernen Jennifer Lawrence, som representerer merkets forståelse av naturlig og tidløs eleganse.

DESTINASJON ISLAND

Den nordatlantiske vulkanøya er vakker hele året – men i vintermånedene blir din opplevelse enda større når det magiske nordlyset brer seg over det helt unike landskapet. På sedvanlig vis har flere av vinterens kolleksjoner referanser til Nord-Atlanteren – både på den gammeldags hyggelige og den mer hightech-performance--aktige måten.



AV MARIA LUIZA MARIETE KOCH FOTO ANNA STOKLAND, UNSPLASH & PRODUSENTENE





GEORG JENSEN
ring,
3 100 kr.

MULBERRY
veske,
16 300 kr.

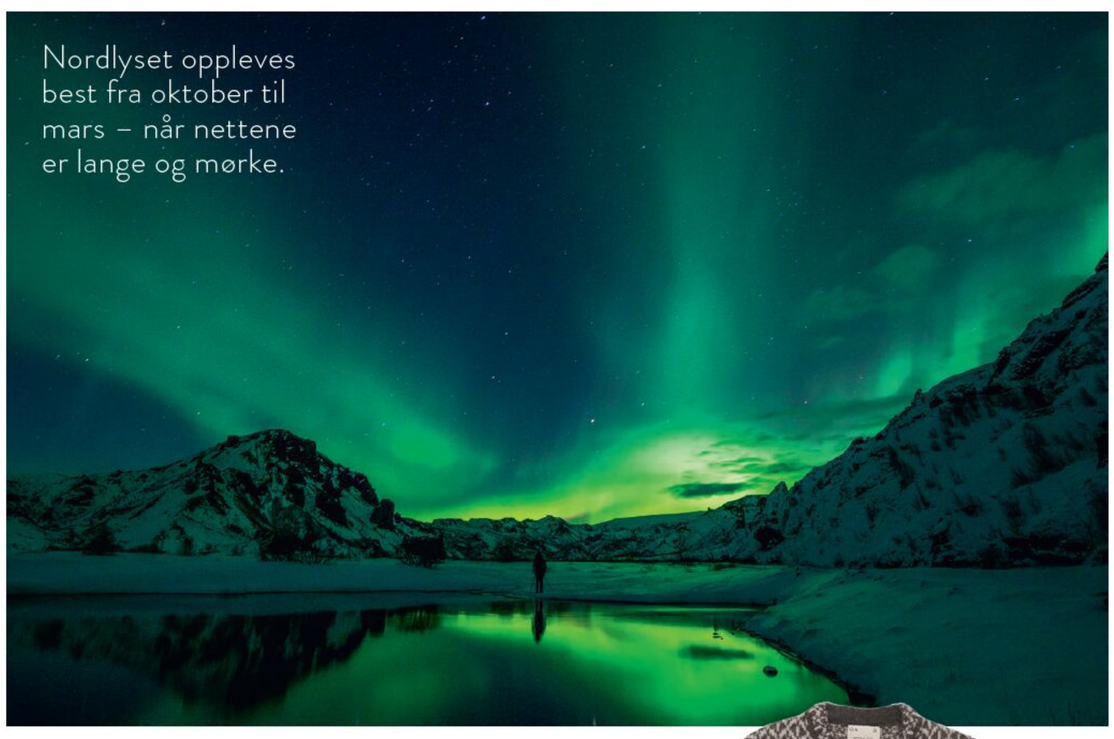


OMEGA
klokke,
141 500 kr.



MARANT ÉTOILE
T-skjorte,
1 890 kr.

LOUIS VUITTON
veske, 43 000 kr.



ARKET X BARBOUR
gummistøvler,
1 500 kr.



SESSÙN
cape,
4 400 kr.



O.A.D
genser,
5 998 kr.



MAX&CO
solbriller,
1 700 kr.

TUDOR
Pelagos
GMT-klokke,
58 170 kr.





CECILIE BAHNSEN
vest,
12 780 kr.



ISABEL MARANT
jakke,
10 700 kr.



DAY ET
hansker,
945 kr.





MAX MARA
jakke,
9 140 kr.



66 NORTH
lue,
790 kr.



AF AGGER
vest,
6 000 kr.



SCHIAPARELLI
skjørt,
37 700 kr.



LEMAIRE
støvler,
7 570 kr.



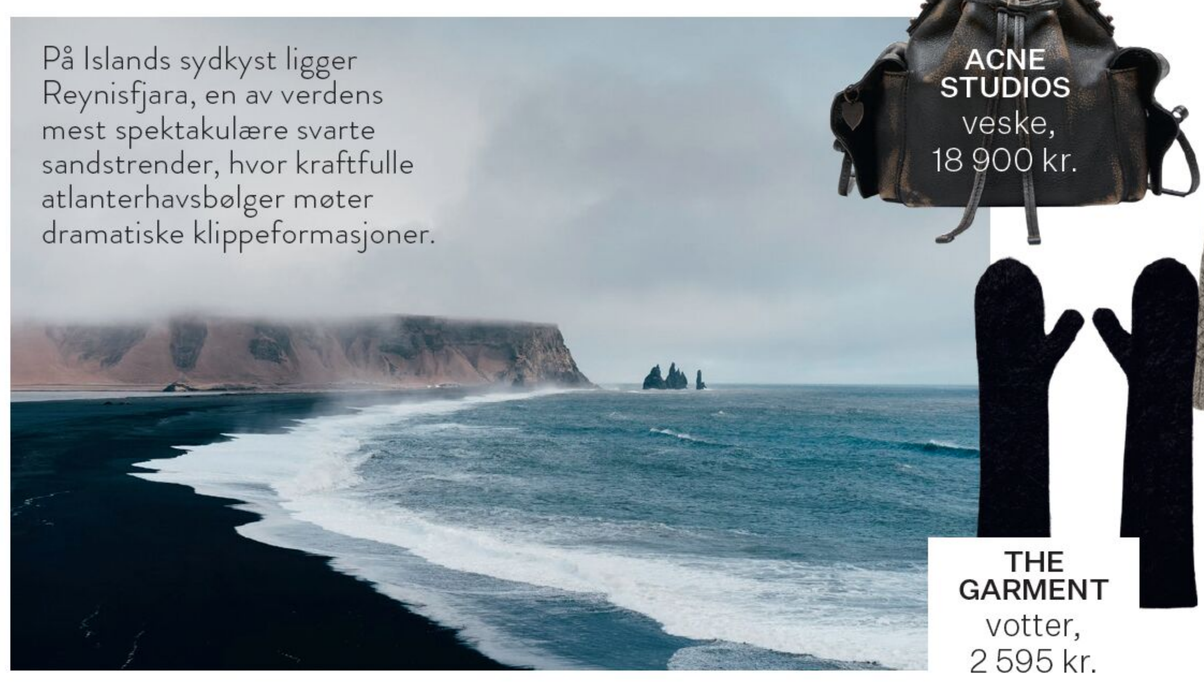
FERRAGAMO
veske,
36 600 kr.



GANT
genser,
4 600 kr.



COURRÈGES
bukser,
8 840 kr.





ACNE STUDIOS
veske,
18 900 kr.



AIAYU
genser,
6 140 kr.

THE GARMENT
votter,
2 595 kr.



BY MALENE BIRGER
støvler,
6 300 kr.



HOLZWEILER
anorakk,
7 260 kr.



MOTEHUS

ZIMMERMANN

Det australske motehuset ble grunnlagt i 1991 i Sydney av søstrene Nicky og Simone Zimmermann. Siden har de to søstrene hatt vind i seilet og sakte, men sikkert blitt et av de mestselgende merkene hos stort sett alle motens mastodonter – både på nettet og i den fysiske verden. Deres feminine og romantiske designspråk er uten tvil noe som treffer mange kvinner midt i hjertet. Med den nye Fall Winter 2025-kolleksjonen kulminerte deres reise så langt med et storslått show på Petit Palais i Paris, hvor hele den globale motemafiaen satt benket side om side med noen av verdens største stjerner som blant andre Katie Holmes.

AV MARIA LUIZA MARIETE KOCH FOTO ANNA STOKLAND & PRODUSENTENE

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.



11.



12.



13.



14.



15.



16.



17.



18.



19.



20.



21.



22.



23.



24.



25.



1. THE FRANKIE SHOP body, 2 650 kr. **2. TAPIS NOIR** skjerf, 1 250 kr. **3. TOM FORD** solbriller, 6 700 kr. **4. ZIMMERMANN** skinnjakke, 30 700 kr. **5. PARIS TEXAS** støvletter, 13 575 kr. **6. ZIMMERMANN** kjede, 10 560 kr. **7. GESTUZ** jakke, 2 360 kr. **8. ULLA JOHNSON** jeans, 7 100 kr. **9. ACNE STUDIOS** kjede, 7 570 kr. **10. UNIQLO** skjorte, 450 kr. **11. TOM FORD** sandaler, 14 600 kr. **12. DEA KUDIBAL** bluse, 3 155 kr. **13. BECK SÖNDERGAARD** silkeskjerf, 399 kr. **14. BOSS** skinnjakke, 7 400 kr. **15. NÜMPH** bukser, 1 200 kr. **16. CELINE** solbriller, 4 940 kr. **17. ZIMMERMANN** støvletter, 11 200 kr. **18. GESTUZ** bukser, 1 890 kr. **19. LOEWE** solbriller, 4 240 kr. **20. ZIMMERMANN** ørepynt, 5 800 kr. **21. CHLOÉ** silkeskjerf, 4 300 kr. **22. CHARLOTTE SPARRE** bluse, 2 999 kr. **23. ROTATE** jeans, 2 840 kr. **24. SAND** bluse, 2 800 kr. **25. TIFFANY & CO.** armbånd, 154 000 kr.



SHOWGIRL-FEBER

Taylor Swift har for lengst befestet sin status som global superstjerne. Hun viser vei ved både å underholde og provosere til ettertanke med musikken sin, og inspirerer andre med sine modige og ærlige livsvalg – blandet med en dose kjærlig selvironi. Nå er hennes nye album ute. Det er aldri for sent å bli en Swiftie – denne høsten i inkarnasjonen Showgirl!

AV MALOU WEDEL BRUUN FOTO GETTY IMAGES

Du må ha levd under en stein for å ha gått glipp av at Taylor Swifts nye, tolvte album, *The Life of a Showgirl*, ble sluppet 3. oktober, komplett med et Moulin Rouge-inspirert univers, fotografert av Vogues favorittfotografer Mert Alas & Marcus Piggott. I tilfelle det har unngått noens oppmerksomhet, er Taylor Swift ikke bare en dyktig historieforteller når hun skriver tekster, men hvert album har også sin egen identitet. Noe heldige Swifties kunne observere på Eras Tour (2023–24).

Gjennom de 3,5 timers konsertene var det tydelig hvordan hver «æra» hadde sin egen visuelle identitet. Et signal fra den åpne og nysgjerrige Taylor Swift, som understreker at man lett kan eksperimentere og leke med utseendet og uttrykket sitt uten å miste seg selv.
Etter flere år med samarbeid med blant andre den folkemusikk- og indieorienterte Aaron Dessner fra The National, vender musikeren, som har en påvist effekt på landets økonomi, tilbake med sitt nye album til den svenske produsenten og hitmakeren Max Martin.

Det var Max Martin som bidro til å skape hennes ultimate transformasjon fra cowgirl til popstjerne med det ikoniske albumet *1989* (2014), akkurat som han også var involvert i *Red* (2012) og *Reputation* (2017). Tre album som noen anser for å være Taylors beste.

Helt passende ble *The Life of a Showgirl* spilt inn i Sverige under den mer enn halvannet år lange Eras Tour, hvor Taylor også fant tid til å møte kjæresten sin, NFL-stjernen Travis Kelce, som bare kaller henne Tay. Han er også mannen hun skrev sangene The Alchemy og So High School til på *The Tortured Poets Department* (2024). Han og broren hans fikk lov til å kunngjøre det nye albumet 12. august kl. 12.12 sammen med Taylor på podkasten deres, *New Heights*, og Travis kalte det umiddelbart TS12.

Når vi snakker om tallet 12 (som også er måneden i året, desember, da Taylor ble født), gikk det nøyaktig 12 dager fra kunngjøringen av *The Life of a Showgirl* til hun og Travis kunngjorde forlovelsen sin den 24. To år etter deres første date. Og ja, hennes stripete Ralph Lauren-kjole ble revet bort, og ringen førte til at diamantprisene steg, og to ganger 12 er 24. Slik er livet når du er den viktigste, mest strukturerte og sjenerøse showgirlen i vår tid. Nå handler alt om musikken – på med strutsefjærene, de røde leppene og *The Life of a Showgirl*!

PTP Naturals

Lash & Brow Serums



ALL NATURAL

BETTER RESULTS
WITHOUT
DISRUPTING
YOUR HORMONE
SYSTEM !



MASSIMO DUTTI
polo,
780 kr.



SPECSAVERS
briller,
1 560 kr.



ZARA
bukser,
470 kr.



ZARA
belte,
259 kr.



ALDO
veske,
768 kr.



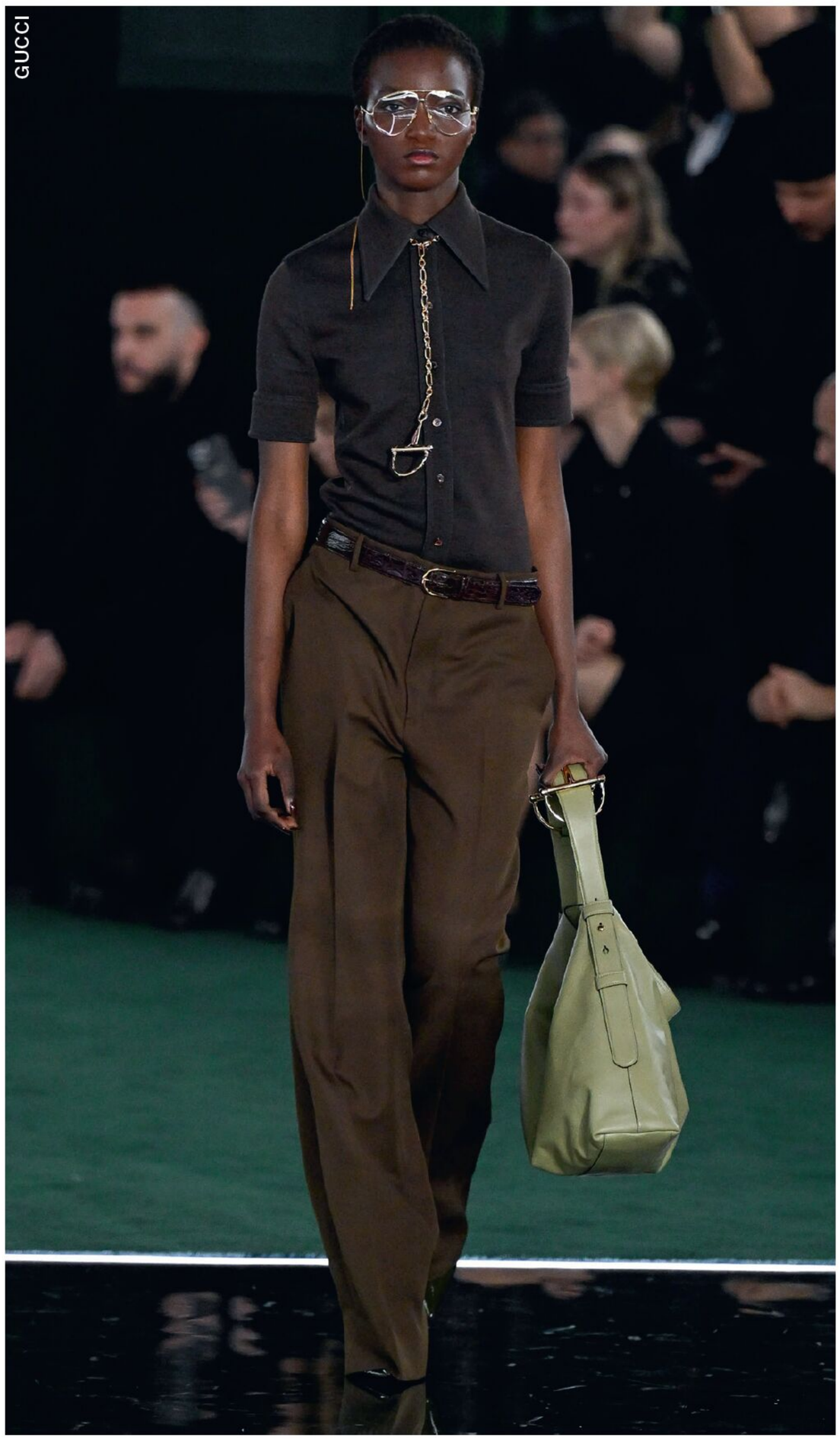
STRADIVARIUS
slingbacks, 400 kr.



H&M
cardigan,
229 kr.



PLISSÉ
belte,
630 kr.



GUCCI

TREND

MÅNEDENS BUDSJETTKJØP

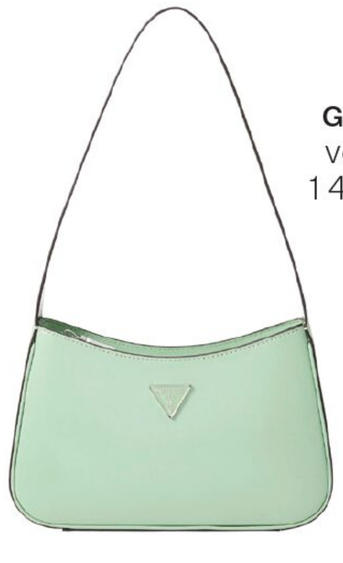
Geek chic er i vinden mer enn noen gang, og Guccis versjon på en nerdete look er minimalistisk og monokrom – med et underfundig tonefall. Vi elsker fargekombinasjonen!



LENSWAY
briller,
1 250 kr.



TAMARIS
pumps,
1100 kr.



GUESS
veske,
1 490 kr.



H&M
solbriller,
190 kr.



MANGO
polo,
420 kr.



MASSIMO DUTTI
belte,
630 kr.



H&M
bukser,
470 kr.



MARKBERG
veske,
1 400 kr.



BERSHKA
slingbacks,
400 kr.



NA-KD
bukser,
630 kr.

AV MARIA LUIZA MARIETE KOCH FOTO ANNA STOKLAND, PRODUSENTEN

STILIKON

Dua Lipa

Den britiske popstjernen Dua Lipa har på kort tid etablert seg som en av de mest innflytelsesrike stilikonene i vår tid. 30-åringen, som har foreldre fra Kosovo, kombinerer en selvsikker attitude med en moderne, leken tilnærming til mote. Stilen hennes kan beskrives som en blanding av retroreferanser, futuristiske detaljer og edgy streetwear. På scenen velger hun ofte klær som fremhever bevegelse og energi – alt fra glitrende catsuits til minimalistiske kroppsnære antrekk. Disse scenelookene er gjerne inspirert av 90- og 2000-tallet, men alltid med en moderne vri. Selv sier hun: «Jeg elsker hvor mektig mote får meg til å føle meg. Jeg elsker den grungy-prissy kontrasten som Kate Moss, Naomi Campbell og Drew Barrymore hadde på 90-tallet.» Dua Lipa ble først kjent da hun startet med å legge ut coverlåter på YouTube, før gjennombruddet med låten *Be the One* i 2015 før debutalbumet Dua Lipa kom to år senere – med blant annet monsterhiten *New Rules*. I dag fyller hun store arenaer og er en av våre største stjerner. Dua Lipa har vunnet en rekke priser, inkludert Grammy Awards og Brit Awards.

FOTO GETTY IMAGES TEKST CHRISTIAN HANSEN

wype

Hele hyllen med magasiner for hånden!

Få Wype gratis i en måned, og les favorittmagasinene dine på smarttelefonen og nettbrettet – når du vil, hvor du vil.

Gled deg til å lese populære magasiner som BO BEDRE, Illustrert Vitenskap, I FORM, Gjør Det Selv, Historie, Costume og mange flere. Med et abonnement på Wype får du nemlig ubegrenset tilgang til over 500 utgivelser fra populære magasiner som du kan dele med hele familien.

Bli klokere på alt fra historie, vitenskap og helse til trening, mat, mote, gjør-det-selv og fotografering.

Etter prøveperioden koster Wype kun 129 kr, og du kan alltid si opp abonnementet igjen. Er du allerede abonnent på et av Bonniers magasiner? Da får du Wype til en spesialpris på 79 kr pr. måned.

Prøv gratis på
wype.no/intro

Prøv en måned gratis



- Mer enn 500 utgivelser
- Stort arkiv – dykk ned i tidligere utgaver
- Del med familien – kan brukes på opptil 5 enheter
- Last ned og les magasinene offline
- Legg til bokmerke for yndlingsartiklene dine
- Velg selv skriftstørrelse på artiklene

Bonnier Publications International AS, kundeservice, postboks 1188 Sentrum, 0107 Oslo, tlf. 23 06 87 00, kundeservice.com



Orit Elhanatis formspråk er fabulerende og oser av sensualitet. Smykkene hennes blir håndlaget i husets eget atelier i Bredgade i København.

1.



2.



3.





4.



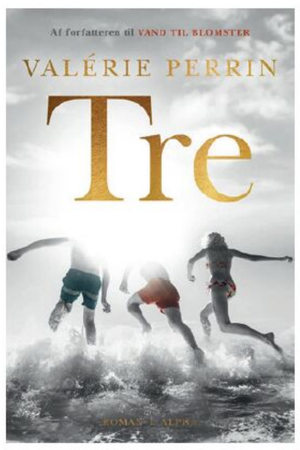
5.



6.



7.



8.



9.



AV CHRISTIAN HANSEN FOTO PERNILLE RINGSING, KEVIN ANGELSO, PRODUSENTENE & PRIVAT

MITT UNIVERS

ORIT ELHANATI

Orit (53 år) er utdannet gullsmed og grunnla smykkemerket Elhanati i 2013. Hun er gift og har tre barn – ett har forlatt redet, mens de to andre fortsatt fyller huset med lykke og kaos.

1. – Vår nye kolleksjon bringer de gamle Elhanati-opalene – min favorittstein – tilbake som et ekko fra en tid da alt var friere.

2. – Hvis jeg trenger ro, går jeg inn i Marmorkirken. Jeg er ikke religiøs, men rommet, lyset og stillheten gir meg en spesiell energi. Det er som å gå inn i et annet lag av byen. Smykkene mine blir født av omgivelsene, byens kaos, naturens ro. Alt det som setter seg fast i kroppen, finner veien gjennom tankene mine.

3. – Jeg investerer alltid i få, sterke plagg jeg kan bruke en hel vinter og mange sesonger fremover. Ting som både gir varme og holder en skarp silhuett. Jeg kjøpte min første skinnjakke som tenåring, og har aldri sluppet ideen om at en god jakke kan forandre hele antrekket. Jeg elsker følelsen av høye hæler mot brosteinene i København en sen natt.
KHAITE skinnjakke, 47 900 kr.
MM6 MAISON MARGIELA støvletter, 6 600 kr.

4. – Mitt største ønske akkurat nå er en Sun Ring. Jeg har laget mange Sun Rings, og ingen er like. Hver gang er det noe nytt. Nå ligger det en 2 carat diamant i atelieret som nærmest skriker etter å bli denne ringen. Jeg klarer ikke å slippe tanken, og det er virkelig vanskelig å ikke beholde den selv.
ELHANATI The Sun Ring 5 ct, 1 600 000 kr.

5. – Jeg ønsker meg denne dagsengen, fordi den er både skulptur og møbel – som å sitte i et kunstverk.
NADER GAMMAS daybed hos The Oblist, 172 000 kr.

6. – Det neste jeg skal spare til, er et verk av Mads Hilbert. Jeg drømmer om å ha det hengende, fordi hans univers er rått, poetisk og dypt forankret i København, som alltid vil være en del av mitt eget DNA.
MADS HILBERT *Jagtvej*, maleri fra 2024 hos V1 Gallery.

7. – På nattbordet, i vesken – ja, overalt ligger *Tre* av Valérie Perrin. Den romanen treffer noe om vennskap og livets forandringer, noe som føles ekte for meg akkurat nå. Hun skriver uten filter, tonen hennes er direkte og menneskelig. Jeg elsker det. **VALÉRIE PERRIN** *Tre*, 250 kr.

8. –Jeg bruker alltid Monastery-serum. Det er enkelt, intenst og mye bedre enn de hundre stegene folk ellers gjør. Det er bare én ting som virker – alt det andre er støy.
THE MONASTERY Flora Botanical Cream Serum, 895 kr.

9. – Min favorittparfyme er Portrait of a Lady fra Frederic Malle. Den er tung, voldsom og vakker på samme tid, ingen annen parfyme føles så kompromissløs.
FREDERIC MALLE Portrait of a Lady 50 ml, 2 200 kr.

BLI ABONNENT PÅ

BO BEDRE



Norges ledende boligmagasin BO BEDRE inviterer deg med inn i en verden fylt med de mest spennende og inspirerende boliger.

BO BEDRE gir deg:

- Vakre og unike boliger i alle prisklasser
- Inspirasjon til spennende og annerledes innredningsløsninger
- De største designnyhetene og trendene
- Lekre og annerledes matoppskrifter

GÅ INN PÅ

BO-BEDRE.NO/ABO

Bonnier Publications International AS, Kundeservice,
Postboks 1188 Sentrum, 0107 Oslo, tlf. 23 06 87 00

Endelig er årets Equality-prosjekt her!
Vi har designet en jakke med The Curated,
og forsker og modell Sunniva Stordal
fronter den til inntekt for Plan.

FEATURE



FOTO DESIREE MATTSSON JAKKE THE CURATED X COSTUME X PLAN

SUNNIVAS STØRHET

Rundt millenniumsskiftet var Sunniva Stordal en av verdens mest suksessrike modeller. Siden har hun jobbet som brystkreftforsker mellom Manhattan og Oslo. Denne høsten fronter hun COSTUME Equality-prosjektet med PLAN og The Curated. Her forteller hun om alt fra kvinnehelse til å ta over et «spøkelsespensjonat» på fjellet, livet som trebarnsmor og hvordan det i sin tid var å jobbe med noen av verdens mest legendariske motepersonligheter.

AV Caroline Krager FOTO Desiree Mattsson
STYLING OG MAKEUP Linda Wickmann / LW.Agency
HÅR Malin Wallin / Blend Management

JAKKE Vivienne Westwood / My Theresa, 11 100 kr.
KJOLE Vivienne Westwood / My Theresa, 6 300 kr.
HATT Rundholz / Zenit, 2 199 kr.

KJOLE Livid, 3 500 kr.
BOOTS Vivienne Westwood, 8 800 kr.

«PLUTSELIG SÅ JEG SAMMENHENGER, BEGYNTE Å FORSTÅ CELLEBIOLOGI OG GENETIKK. DA ER VEIEN KORT TIL KREFT, DER NOEN AV DISSE SYSTEMENE I KROPPEN IKKE FUNGERER LENGER.»

En sterk vind hoier over viddene. Sunniva Stordals lange røde lokker letter fra skuldrene og danser rundt ansiktet, mens teamet står rundt og forsøker å ikke ta av fra bakken. Fremdeles er omgivelsene ikledd grønt, men det hviskes om høst i den crispe luften. Blant mose, myr og runde fjelltopper skal noen helt spesielle plagg skytes. Dette er nemlig niende året COSTUME håndplukker en norsk designer som samarbeidspartner til vårt EQUALITY-prosjekt med PLAN. Alt overskuddet går til deres arbeid for likestilling, og i år er det The Curated som er designer.

Med oss i bagasjen har vi to vendbare jakker, der lyserosa møter beige og burgunder møter navy med matchende skjerf. En rosa balaklava er også med på leken, og sørger for en feminin, ungdommelig edge. Sittende ved en dypblå iskald innsjø langt til fjells sørger disse ullplaggene for å holde Stordal varm og chic.

– Jeg elsker denne jakken, som er vendbar, sier hun.

Det er ikke helt tilfeldig at det nettopp er Stordal som fronter dette prosjektet. Et utrolig viktig aspekt ved arbeidet for likestilling handler om fokuset på utdanning og kvinnehelse, og den tidligere toppmodellen har gjennom en årrekke forsket på brystkreft både i USA og i Norge.

– Brystkreft er den vanligste kreftformen blant kvinner. Vi kjenner alle en eller flere som får denne sykdommen, forteller hun når vi møtes igjen nede fra fjellet over en kopp mynte-te.

– Nettopp derfor er det viktig at det forskes på hvordan det kan forebygges, behandles på best mulig måte, hvordan dette virker inn på den enkeltes liv, og hvordan livskvaliteten er etter avsluttet behandling. Heldigvis er det mange flere som overlever denne kreftformen i dag.

Interessen for nettopp dette feltet skjedde da hun omsider så lyset etter å ha pugget vanskelige formler og biokjemiske prosesser på Blindern.

– Plutselig så jeg sammenhenger, begynte å forstå cellebiologi og genetikk. Da er veien kort til kreft, der noen av disse systemene i kroppen ikke fungerer lenger og det kan skje feil på så mange måter.

Siden har hun jobbet med å sekvensere og samle inn data, som siden brukes både for å identifisere hvilke mutasjoner som leder til kreft, og å finne hvilke pasienter som har nytte av ulike behandlinger.

I den dekaden hun har vært opptatt av disse tingene, har kvinnehelse i større grad kommet på agendaen. Samtidig har man nå nye, målrettede behandlinger mot kreftsorter som tidligere hadde veldig dårlige prognoser, blant annet ved immunterapi – som hun kaller en gamechanger.

– Jeg har sett mange nye pasientgrupper få glede av den typen behandling, og man har opplevd at det virker.

– Det er veldig motiverende og givende når det man jobber med kan brukes til noe så konkret, sier forskeren.

CHANEL HAUTE COUTURE

Stordals karriere har favnet over vidt forskjellige felt, helt fra laben på det anerkjente Mount Sinai-sykehuset i New York med kreftceller under lupen, til å figurere på forsiden av verdens viktigste motemagasiner. I skuffene hjemme på St. Hanshaugen ligger akademiske tekster side om side med falmede bilder fra motevisninger hun i sin tid gikk.

Vi møtes til en kaffe noen dager senere. En spasertur unna der vi sitter nå, ble hun som 15-åring stoppet på gaten av en fremmed.

– Jeg trodde bare hun trengte hjelp med posene sine, sier Stordal.

– På den tiden gredde jeg fremdeles håret, så det var helt sinnssykt frizzy, jeg hadde regulering og briller. Jeg så ut som en klassisk nerd og tenkte ikke akkurat at hun stoppet meg på grunn av utseendet, ler hun.

Der tok hun likevel feil, for det var nettopp derfor stylist Linda Sande gjorde en så unorsk ting som å henvende seg til noen på gaten. Hun foreslo at Stordal skulle ta turen til modellbyrået Heartbreak.

– Det navnet hørtes helt merkelig ut for meg, og jeg måtte finne ut om det var ekte eller ikke. Så jeg slo opp i telefonkatalogen, som man måtte på den tiden, og der fant jeg det heldigvis.

«JEG VISSTE HELT ÆRLIG IKKE HVEM KARL LAGERFELD VAR. FOR MEG VAR HAN BARE EN VITTIG OG GODSLIG TYPE, MEN JEG SKJØNTE JO KJAPT AT DE RUNDT MEG BRYDDE SEG NOE INNMARI OM HVORVIDT DETTE GIKK BRA ELLER IKKE.»

En sterk nysgjerrighet var vekket. Stordal dro til byrået, tok polaroider og gjorde test shoots med et knippe fotografer. På besøk i Norge la modellscouter fra London, Paris og Milano merke til rødtoppen på veggen hos Heartbreak. Sommeren mellom andre- og tredjeklasse på videregående fikk hun en flybillett i hånden med destinasjon Paris.

– Da jeg landet, ble jeg sendt direkte fra Charles de Gaulle til Karl Lagerfeld, og booket Chanel haute couture-visningen med en gang. – Etter det gikk det veldig, veldig fort.

MENIGHET OG MANGLENDE MOTESANS

Som liten var Stordal ikke i nærheten av å være opptatt av mote- eller skjønnhetsrelaterte ting. Oppveksten på Hovseter ble preget av at hun var en skoleflink lesehest som var glad i tall og rytmisk sportsgymnastikk.

– Jeg var nysgjerrig og samtidig utrolig pliktoppfyllende og perfeksjonistisk, og en sånn type skolen er laget for, tror jeg. Det systemet fungerte i alle fall veldig godt for meg.

Da Stordal var fire hadde familien sust over Atlanteren for å bo to år i Boulder, Colorado, mens forskerfaren fullførte sin post-doc.

– Mamma har siden fortalt at det var noen som stoppet oss og lurte på om jeg ville prøve meg som *child model* da, men det var ikke noe jeg fikk med meg. Og hun avslo visstnok tilbudet med en latter.

Hun husker at det det røde håret og fregnene ble kommentert på spydig vis innimellom, men selv hadde hun ikke noe sterkt forhold til kropp og utseende. Hverken i negativ eller positiv forstand.

– Jeg var ekstremt lite opptatt av å være fiks og hadde ingen fashionsans, kan du si. Jeg likte å gå i foldeskjørt og bluser, jeg. Være litt pen i tøyet.

Fikk man komme inn på Stordals jenterom, var det lite som bar preg av nittitallets popkulturelle landskap der inne. Det var ingen Michael Jackson- eller Madonna-plakater på veggene, eller en bunke med datidens romantiske komedier på VHS.

– Altså jeg hadde hørt om de aller, aller mest kjente superstjernene via vennniner, men min favoritt var Børud-gjengen, en kristen gruppe, sier hun med en trillende latter.

Hver søndag gikk familien i kirken, Stordal sang i menighetskoret og valgte etter hvert å gå på Kristelig Gymnasium. Med sin intellektuelle tilnærming til det meste, begynte hun så smått å så tvil om enkelte av religionens svar på de store spørsmålene. I det kristne miljøet hun var i følte hun seg alene om disse tankene.

– Siden enkelte ting skurret, var det bra å få litt nye perspektiver på ting og gjøre meg opp mine egne meninger. Til slutt gikk jeg bort fra barnetroen og inn i noe som passet meg bedre.

– Samtidig fikk kirken meg til å kjenne en sterk trygghet, også når jeg var alene ute i verden. Jeg hadde en veldig tydelig kristen identitet da, som kanskje er svakere i dag, men som har gitt meg en følelse av egenverdi uansett hva.

ITALIENSKE VOGUE

Vi suser frem på tidslinjen til Paris, en varm julidag i 1997, når en 17 år gammel Stordal har blitt booket til Chanels couture-show.

– Jeg visste helt ærlig ikke hvem Karl Lagerfeld var. For meg var han bare en vittig og godslig type, men jeg skjønte jo kjapt at de rundt meg brydde seg noe innmari om hvorvidt dette gikk bra eller ikke.

I løpet av de neste ukene begynte store internasjonale navn å vise sin interesse for den unge norske modellen.

– Både Heartbreak og mitt franske byrå ba meg vurdere å bli i Paris fremfor å fortsette på skolen. Da måtte jeg gå noen runder med meg selv, for det passet jo veldig dårlig med min flink pike-identitet. Men alle sa at dette på ingen måte er noe som skjer hver dag, så jeg måtte jo bare gripe muligheten.

Plutselig var hun del av en helt ny verden. Stordal fikk et kart av modellbyrået og beskjed om å ringe dem fra en telefonkiosk hver morgen for å finne ut hvor alle dagens castinger skulle være. I settingene hun nå befant seg i, ble designere, fotografer og magasiner diskutert med all verdens selvfølgelighet. Stordal prøvde å notere seg navnene i farta, og feilstavet ifølge henne mer eller mindre alle.

– Jeg måtte kjapt prøve å dechiffrere hvilke som var de gode og store, og hvilke som var de mindre viktige, for jeg visste jo absolutt ingenting om mote.

Da årets novembernummer av Italienske Vogue traff bladhyllene, var det med Stordal på cover, skutt av Steven Meisel.

– Jeg skulle holde en cello på bildet og fikk opplæring av cellisten på New York Philarmonic for at det skulle bli riktig. Alt ble gjort så

STRIKKEKJOLE 2MUCH Pressure, pris på forespørsel.
BALAKLAVA The Currated x Costume x Plan, 1 200 kr.


SKINNFRAKK Studio Constance, 25 000 kr.
SKJORTEKJOLE Masnada / Zenit, 3 499 kr.
BOOTS Vivienne Westwood, 8 800 kr.

«SÅ TOK JEG MASTER I MOLEKYLÆR BIOLOGI, OG MIDT OPPE I DET BÅDE GIFTET JEG MEG OG FIKK MITT FØRSTE BARN.»

nøye og ordentlig på den tiden, man hadde all verdens ressurser og tok seg god tid til ting.

MOTREAKSJON TIL THE SUPERS

Den høsten gjorde hun mer eller mindre alle store shows under de fire store moteukene. På sent 90-tall var New York like selvsagt som mote-mekka som Paris, og Stordal flyttet over dit. Hun figurerte i kampanjer for Versace, CK Calvin Klein, Anna Sui og NARS, og var på coveret av italienske Vogue tre ganger, bare for å nevne noe. Hun ble skutt av den legendariske fotografen Helmut Newton før han gikk bort, av Tim Walker og Dave Lachapelle.

– Det tok ikke lang tid før jeg ble en del av den klikken med the *usual suspect*s som var med på alt, blant annet Karen Elson, Erin O'Conner og meg, da. Vi var jo en slags quirky og litt edgy motreaksjon til The supers.

– Det var en fantastisk tid, og vi hadde det helt utrolig gøy!

I år 2000 var motebransjens krav til tynne modeller sterkt til stede. Det skulle bli lenge til plus-size ble fremmet på catwalkene og forsiden av magasiner, og curvy-kategorien kom inn hos byråene. Stordal forteller at presset om å være syltynn absolutt var til stede.

– Det var flere rundt meg som slet veldig med dette, men jeg kom inn i bransjen med en sta holdning om at jeg 'ikke ville høre noe om slanking'. Det sa jeg fra om til byrået veldig tidlig.

– Derfor fikk også karrieren min sin naturlige slutt da jeg etter noen år begynte å legge på meg.

Noen av kommentarene fra den tiden har likevel festet seg.

– Det var ikke kjempegøy å høre at jeg var for stor eller at jeg hadde brede hofter, men jeg stod likevel støtt i valget mitt om å ikke skulle endre meg for noen andre.

– For meg handlet det også om hva jeg var villig til å gjøre for å være modell. Dette var ikke noe jeg hadde drømt om som liten eller jobbet hardt for å oppnå. Jeg var med så lenge det ga mening og var gøy, og så pakket jeg sammen og beveget meg videre.

Akkurat da følte hun seg ekstremt privilegert som var fra Norge.

– Jeg hadde bare meg selv å tenke på, og slapp å inngå noen kompromisser. Der var jeg utrolig heldig.

FAMILIELIV OG NEW YORK 2.0

Stordal lander på norsk jord med utallig flere designerplagg i kofferten enn det hun reiste ut med. Nå skulle post-modelleventyret begynne. Hun fullfører omsider videregående og finner ut at biokjemi er den perfekte retningen for henne å gå.

– Så tok jeg en master i molekylær biologi, og midt oppe i det både giftet jeg meg og fikk mitt første barn.

For kort tid etter at hun flyttet tilbake til Oslo traff hun mannen i sitt liv på byen, musikkprodusent og låtskriver Amund Bjørklund fra Stargate. Noen år etter at de møttes, mens Stordal holdt på med doktorgraden sin i kreftforsking på Radiumhospitalet, ble det klart at et nytt kapittel i New York var i ferd med å åpne seg. Bjørklund, som i årenes løp har samarbeidet med store navn som Beyoncé, Taylor Swift og Chris Brown, fikk mulighet til å prøve seg i den amerikanske metropolen.

– Og jeg var veldig klar for et nytt eventyr i USA, så vi pakket livet ned i bager og føyk over til New York.

Barn nummer to ble født ikke lenge etterpå. Så fulgte en tid der paret sjonglerte foreldrelivet med en travel musikkarriere og, i Stordals tilfelle, pendling mellom skriving av doktoravhandling hjemme og stirring i mikroskopet på Mount Sinais lab. Etter syv år i New York og to påfølgende år i Los Angeles flyttet de hjem.

HJERTEPROSJEKT

I 2016 kom Stordals tredje barn til verden. Det stoppet likevel ikke paret fra å ta over et 400 kvadratmeter stort falleferdig pensjonat samme år. Stedet på Gålå hadde vært i Bjørklunds slekt i generasjoner, men stått forlatt siden 50-tallet.

– Det var rett og slett en rønne, ja, nærmest et spøkelseshus. Det ble et hjerteprosjekt for oss å tenke på hvordan vi kunne få det til å gjennoppstå. Etter flere års oppussing, holder nå Valseter Pensjonat åpent i full drift noen uker om sommeren og leier ut til grupper og til spesielle anledninger resten av året. Stordal står for det logistikkmessige, mens Bjørklund leder an på den estetiske fronten.

– Det har vært fint å holde på med for oss, men jeg er veldig glad vi ikke jobber sammen på fulltid, ler Stordal.

Det går mot slutten av dagen blant høyreiste fjell inne på Hardangervidda på Costumes cover-shoot. Stordal har på den blå og burgunderfargede The Curated x Costume-jakken og myser mot solen. Jakken skal selges til inntekt for Plans arbeid for likestilling, som er Costumes hjertesak.

– Jeg synes det er veldig fint å få fronte årets Equality-prosjekt. Jakken er nydelig og arbeidet Plan gjør for jenter er så viktig.

KJOLE Livid, 3 500 kr.
BOOTS Vivienne Westwood, 8 900 kr.
STRÅHATT Rundholz / Zenit, 3 999 kr.



KJOLE Thierry Mugler / My Theresa, 9 600 kr.
SELEVESKE I SKINN Rundholz / Zenit, 4 999 kr.
GUMMISTØVLER Viking, 1 299 kr.
KNESTRØMPER Falke, 350 kr.



BALAKLAVA The Curated x Costume x Pllan, 1 200 kr.



JAKKE MED SJAL The Curated, x Costume x Plan 3 500 kr.
KJOLE Vivienne Westwood / My Theresa, 6 300 kr.

SHEERLING Envelope 1976, 15 999 kr.
KJOLE Victoria Beckham / My Theresa, 9 600 kr.

FUSKEPELS Max Mara / My Theresa, 22 000 kr.
GENSER Max Mara / My Theresa, 3 000 kr.
BELTE Khaite / My Theresa, 4 800 kr.
BOOTS Vivienne Westwood, 9 900 kr.
ULLSOKKER Devold, 299 kr.

ULLFRAKK ESP, 7 300 kr.
SKINNSKJØRT Rick Owens / My Theresa, 11 400 kr.



KJOLE Christopher Esber / My Theresa, 13 600 kr.
KÅPE Herskind, 21 699 kr.

SHERLINGKÅPE Stand, 12 700 kr.
GUMMISTØVLER Viking, 1 299 kr.

FUSKEPELSKÅPE Stand, kr 6 000.
SILKESKJORTE Loewe, kr 22 800.
SILKEBUKSE Loewe, kr 15 600.

JAKKE MED SJAL
The Curated x Costume x Plan, 3 500 kr.
KJOLE Vivienne Westwood, 6 300 kr.
KNESTRØMPER Falke, 350 kr.

PRODUKSJON / MOTEREDAKTØR Caroline Krager
STYLING / MAKEUPASSISTENT Joanna Izdebska
POSTPRODUKSJON Ruben Kristiansen
MODELL Sunniva Stordal / Heartbreak





MOTE FOR LIKESTILLING

Det er nå niende året Costume lager et Equality-prosjekt med et norsk motehus til inntekt for Plan Norge. I år er det The Curated vi har teamet oss opp med, og resultatet er alt vi kunne ønske oss og mer. To vakre omslagsjakker og en balaklava i vakre materialer. Alt overskuddet av salget går uavkortet til Plan International og arbeidet de gjør for jenters rettigheter. Og det haster mer enn noen gang.

Av Kine B. Hartz Foto Desiree Mattsson

– Vi ser en alvorlig tilbakegang for jenters rettigheter, med eksempler som strengere abortlover i USA og at jenters frihet i Afghanistan blir tatt fra dem. Også i de største humanitære krisene, som Gaza, Sudan og Ukraina, er jenter blant dem som rammes hardest. Hvert år giftes 12 millioner bort som barn, mange mister retten til utdanning og digital vold og trakassering rammer stadig flere. Derfor prioriterer vi å sikre jenters rett til å bestemme over eget liv og fremtid, forteller Kari Helene Partapuoli, generalsektretær i Plan International Norge.

Samarbeidet mellom Costume og Plan har nå vart i snart ti år, og omfatter også å dele ut Jenteprisen sammen på FNs internasjonale jentedag den 11. oktober til noen som gjør en forskjell for jenters rettigheter. – Equality-prosjektet med en norsk designer er viktig for Plan, forklarer Partapuoli.

– Vi er stolte og takknemlige for det lange samarbeidet med Costume. At også norske designere engasjerer seg i en så viktig sak, løfter budskapet og gjør at vi når ut til flere. Motebransjen når en annen målgruppe enn vi vanligvis gjør, og nettopp derfor er dette samarbeidet verdifullt. Å holde jenters rettigheter høyt på agendaen er viktigere enn noen gang, fordi vi ser at de utfordres i mange deler av verden, sier hun.

Dette året har vi valgt å be forskeren Sunniva Stordal fronte prosjektet – fordi vi ser at både skolegang og høyere utdanning for jenter er under press.

Fortell litt om arbeidet Plan gjør rundt jenter og utdanning.

– Når jenter får gå på skole, reduseres risikoen for vold og skadelige skikker som barneekteskap. De får bedre helse og større mulighet til å forsørge seg selv og familien. Plan jobber derfor med å holde flere jenter i skolen, sikre trygge skoleveier og utdanne lærere, men også med å endre holdninger i lokalsamfunn der jenters utdanning ikke blir prioritert, sier generalsekretæren.

Sunniva Stordal er tidligere toppmodell, og tok etterhvert en Master i molekylærbiologi fra Universitet i Oslo og en doktorgrad ved det medisinske fakultet samme sted, med tema brystkreft genomikk.

– Jeg synes det er veldig fint å få fronte årets Equality-prosjekt! Det er en så viktig jobb Plan gjør med fokus på likestilling og utdanning av jenter. Vi vet at utdanning er en viktig brikke for selvstendighet og mulighet til å ha innvirkning på eget liv, ikke være avhengig av andre, kunne ta egne valg og bidra til endringer i samfunnet. Og spesielt det å

OM PLAN:

Plan International er en global barnerettighetsorganisasjon som jobber for at alle barn skal ha like muligheter, både langsiktig og gjennom nødhjelp. Men der barn ikke har det bra, har jenter det ofte verst. Derfor setter Plan jenter først. Plan jobber i mer enn 80 land og driver prosjekter i 67 000 lokalsamfunn verden over.





COSTUME x THE CURATED x PLAN
jakke, 3 500 kr.

COSTUME x THE CURATED x PLAN
balaklava, 1 200 kr.

Kjøp hos www.shopthecurated.net

utdanne jenter og kvinner gir bedre helse, og store verdier til lokalsamfunn. Det gir dem mulighet til å være med å påvirke – i stort og smått, sier Stordal.

Hva synes du om The Curated x Costume-plaggene?

– Jakken er tidløs, utrolig myk og god, og veldig anvendelig det at den kan styles med to forskjellige farger – og baklavaen til å bli skikkelig glad av, sier Stordal.

Det er australske Nicola Harlem som står bak The Curated. Merket ble grunnlagt i 2018 i Asker, hvor hun bor med sin norske ektemann og deres tre barn. I dag har hun kunder over hele verden.

Kan du fortelle om essensen av The Curated som motemerke?

– Essensen av The Curated handler om å gjøre luksus tilgjengelig – å gi alle muligheten til å investere i tidløse plagg av høy kvalitet. Vi fokuserer på å skape raffinerte basisplagg som er like holdbare i stil som i håndverk.

Hva var tanken bak plaggene til dette Equality-prosjektet?

– Sammen med Costume har vi laget et utvalg av nøkkelplagg designet for de kjøligere årstidene – både klassiske og elegante. Den moderne jakken og det matchende skjerfet er håndlaget av vår signaturblanding av kasjmir og superfin merinoull, mens den myke balaklavaen er strikket av vårt rene royal kasjmirgarn.

Vi valgte farger som er både klassiske og vakre, og som gir allsidighet og personlighet. Det reversible designet på både jakken og skjerfet gjør at du kan leke med forskjellige nyanser avhengig av humør eller antrekk – et subtilt uttrykk for individualitet og styrke.

Hva betyr feminisme og likestilling for deg?

– Feminisme og likestilling er svært personlige temaer for meg. Som barn ble jeg gitt bort til adopsjon på grunn av kjønnet mitt, og det tente en ild i meg – en drivkraft til å lykkes og stå opp for det jeg tror på. Jeg tenker ofte på hvor annerledes livet mitt kunne ha vært hvis jeg ikke hadde blitt adoptert. Ville jeg ha blitt diskriminert i en svært kvinnefiendtlig kultur? Ville jeg ha hatt de samme mulighetene? Det er derfor denne saken betyr så mye for meg. Jeg er overbevist om at alle jenter og kvinner fortjener like muligheter – til å lære, vokse og forme sin egen fremtid, sier Harlem.

Hva var din reaksjon da Costume spurte om du ville være med å designe årest plagg for årets hjertesak?

– For å være ærlig ble jeg utrolig ydmyk. Det er et stort privilegium å bli invitert til å delta, og at The Curated kan bidra til en så meningsfull sak. Å støtte jenters rettigheter og utdanning er noe som står i dyp resonans med våre verdier.

I år er fokuset spesielt på jenter, utdanning og kunnskapens kraft. Hva synes du om dette?

– Jeg tror at vi som kvinner ofte må kjempe mot samfunnets stereotyper – vi må hele tiden balansere presset om å gå på kompromiss eller nedtone våre styrker for å bli akseptert eller tatt på alvor. Sunniva er et inspirerende forbilde. Hun er beviset på at man ikke trenger å passe inn i én boks – at man kan være mange ting samtidig og utmerke seg i alle. Det er akkurat den type kvinner vi designer for hos The Curated – kvinner som omfavner sin identitet, står i sin kraft og staker ut sin egen vei fremover.

Jenteprisen ble delt ut 11. oktober og viser et stort engasjement rundt jenters rettigheter. Vi spurte generalsekretæren i Plan International Norge om hennes råd er til andre som ønsker å gjøre en forskjell.

– Bruk stemmen din. Engasjer deg i viktige debatter og stå opp mot urett. I dag har alle en kanal de kan bruke til å spre meninger og løfte frem saker som betyr noe. Det kan være på sosiale medier, i demonstrasjoner, eller bare rundt middagsbordet hjemme. Selv de minste ting kan gjøre en forskjell. Du kan også støtte organisasjoner som jobber for jenters rettigheter. Endring starter med mennesker som viser engasjement, og det kan vi alle gjøre, avslutter hun.

FALSKE FJES

Danske FAIRe project har klart å mobilisere en hel europeisk modellverden i kampen mot AI-genererte modeller.

AV Caroline Krager

De siste par årene har AI svømt inn i vår bevissthet og blitt værende. Chat GPT har blitt manges personlige rådgiver, psykolog, taleskriver, venn og orakel. Prosesser som tidligere var omstendige og tidkrevende, strømlinjeformes når kunstig intelligens får ha en finger med i spillet.

Samtidig har skremmende 'menneskelignende roboter som overtar verden'-scenarioer blitt erstattet med diskusjoner rundt de *faktiske* problemstillingene vi må ta på alvor rundt AI-bruk. Det er ikke lenger en fjern fremtid badet i et grålig dystopisk filter man snakker om – det er nå.

Jannick Lyneborg-Lindberg grunnla i 2010 modellbyrået Le Management i Århus sammen med sin ektemann Martin Lyne. Siden har de utvidet internasjonalt til Tyskland, Sverige og Norge, og er i dag en av de største byråene i Europa. En fredag morgen i vår tikket en e-post inn i innboksen, og den ble en kraftig oppvekker.

– Et tysk castingselskap hadde booket noen av våre modeller til en jobb, og ville jeg skulle godkjenne videre bruk til AI-generering. De ønsket å kunne bruke modellene våre som utgangspunkt og endre ansiktstrekk, hudfarge og klesstørrelse som de selv ville, blande ulike personers utseende for å skape helt nye AI-personer – for å nevne noe. Og det for alltid.

– 'Nei, men det er jo helt spinnvilt', tenkte jeg, og innså at dette ikke bare handlet om fremtiden og eksistensen til min bedrift, men alle de vi representerer og våre konkurrenter. Det var ikke tvil om at noe måtte gjøres.

Le Management-teamet skjøt ut en e-post samme dag. Hundrevis av modellbyråer globalt fikk en oppfordring om å sammen stå imot denne utviklingen.

– Normalt er det lite omgang oss imellom og voldsomt stor konkurranse. Vi kan ikke bli enige om noe, sier Lindberg med et skjevt smil.

– Men senere samme dag hadde vi faktisk fått over 300 mailer med positiv feedback.

Dette var starten på FAIRe, Fashion Alliance for Integrity, Rights & Ethics, en stiftelse laget for å beskytte rettighetene, identiteten og levebrødet til ekte modeller. De som slutter seg til initiativet, er sammen enige om at mangfold, følelser, personlighet og erfaringer er noe unikt menneskelig, som ikke kan erstattes med AI-modeller.

– Enkelte var bekymret for det økonomiske utfallet ved å støtte dette offentlig. At det ville påvirke bookingene. Mitt perspektiv er som følger: Tar man ikke et tydelig standpunkt mot dette nå, vil man angre på det senere når ting har gått enda lenger.

Mer eller mindre alle byråer i Norge, Sverige og Danmark er blitt med på laget, nesten alle de nederlandske og tre fjerdedeler av de tyske. Etter sommeren kom også Organisation of Modeling Agencies i UK på banen, og nå mobiliseres det også i resten av Europa, mens ordet er i ferd med å spre seg utenfor kontinentets grenser. Her til lands er Team Models blant de som har valgt å støtte FAIRe.

– Det er fint med slike initiativer som gir oss alle retningslinjer å forholde oss til, forteller Image og Scouting Manager Alexander Norheim.

Han har forståelse for at AI både kan bidra med hjelp og være kostnadsbesparende for brands.

– Men samtidig kutter det direkte på modellers jobb, samt alt arbeidet som ligger bak. Alt i alt er det ikke bra økonomisk for den kreative bransjen.

– Vi håper at industrien har nok fornuft til å skjønne hva som er skadelig og hva som er til hjelp for seg selv.

AI-KONTROVERS

E-posten fra det tyske castingbyrået til Lyneborg-Lindberg kom i kjølvannet av en annen stor AI-relatert hendelse. I sommer slapp GUESS en kampanje som fikk mengder av oppmerksomhet. Den amerikanske motekjempen hadde hyret inn et byrå til å skape en AI-generert modell, og resultatet var en smellvakker, tynn, lyshudet skikkelse med blondt bølgende hår. BBC skrev da at 'Kampanjen har blitt møtt med kritikk, og flere spør seg nå hva dette betyr for ekte modeller som har kjempet for mangfold, og for forbrukere, spesielt yngre mennesker, som allerede kjemper mot urealistiske kroppsideal.

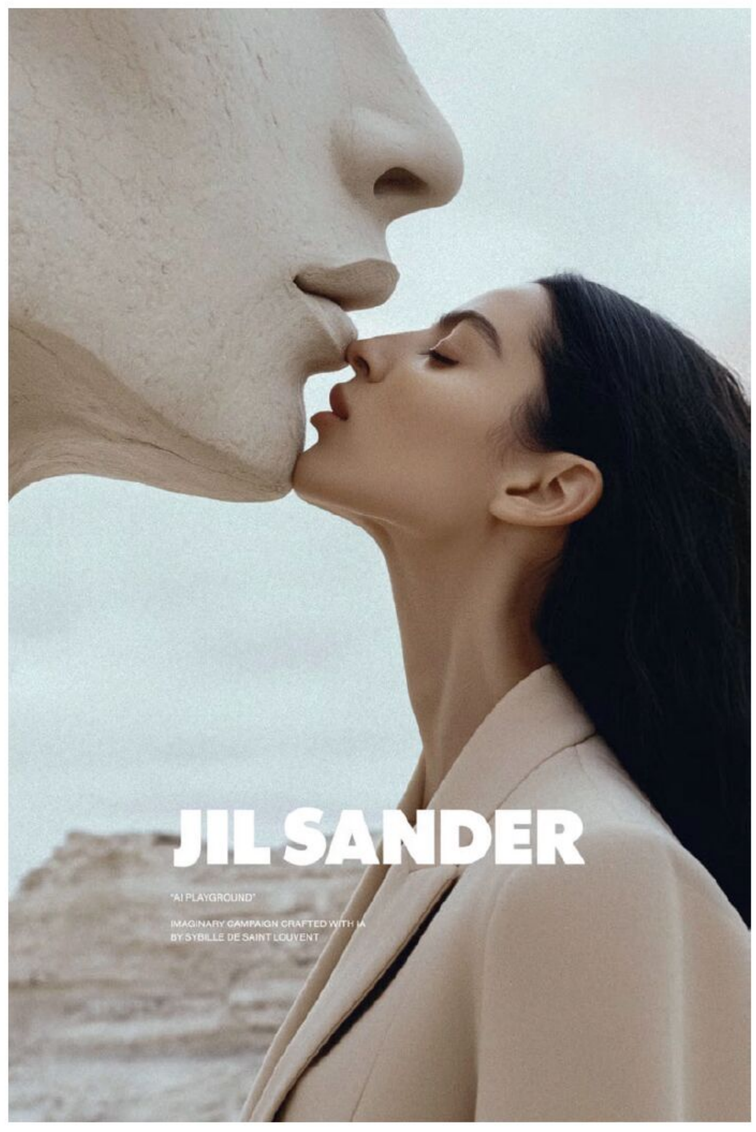


Både Levi's sin bruk av AI-modeller på sin nettside, og Guess' kampanje fra i sommer, er eksempler på to tilfeller som fikk mye negativ oppmerksomhet.





Ai-modell skapt av LaLaLand.ai, som har gjort samarbeider med blant annet Levi's, Calvin Klein og Tommy Hilfiger.



Sybille de Saint Louvent er en Paris-basert creative director som har fått positiv oppmerksomhet for sine ideer til AI-genererte kampanjer. Arbeidene hennes har tiltrukket seg tusenvis av følgere på Instagram og vekket interessen til motehus som Gucci.

FAKSIMILE LALALAND.AI, GUESS/ SERAPHINNE VALLORA



AI-modell skapt av LaLaLand.ai.



De norske modell-tvillingene Idunn og Sofie Vollan er helt ekte og fortsatt populære. Her fra en tidligere shoot for Costume.



Det kjempes nå en kamp for at ekte mennesker, som Kristine Ullebø, her i en moteserie for Costume, skal få fortsette å jobbe som modeller.



Den AI-skapte kampanjen for Victoria Beckhams Dorian-bag SS25 ble godt mottatt.

FOTO DESIREE MATTSSON, JULIE PIKE FAKSIMILE VICTORIA BECKHAM, SYBILLE DE SAINT LAURENT

«Jeg tror ikke en 15 år gammel jente kommer til å se på et bilde av en AI-modell og tenke 'Selvfølgelig kan jeg ikke se ut som henne, hun er jo ikke ekte'.»

– GUESS hadde muligheten til å gjøre noe skikkelig bra. De kunne valgt alle mulige kroppsfasonger, hudfarger og si 'se, disse mulighetene finnes med AI'. I stedet gikk de i en helt annen retning, sier Lyneborg-Lindberg.

– Jeg synes det er slående at et merke med så mye makt og påvirkningskraft går ut og sier 'Dette er hvordan en perfekt kvinne ser ut'. Et ansikt og en kropp som er nærmest umulig å få til uten mye kirurgi. Det som betyr noe for meg oppe i alt dette, er det etiske.

Han forklarer at han selv har to tvillingjenter på 10 1/2 år. I en tid hvor foreldre kjemper mot stadig økt skjermbruk og der Instagram, Snapchat, TikTok og YouTube tar opp enormt mye av barns tid og oppmerksomhet, mener han at dette vanskeliggjør ting ytterligere.

– Det er utfordrende nok for de unge å hele tiden skulle måle seg med den *picture perfect*-virkeligheten til influenserne og kjendisene de følger, som allerede er filtrert og fake. Nå kommer dette som ikke engang er virkelig, men AI-generert som et helt nytt aspekt.

I Norge har det siden 2022 vært påbudt å merke all retusjert reklame, i håp om at dette ville motvirke kroppspress og bevisstgjøre forbrukerne. Siden da har man også diskutert om man bør merke AI-modeller i reklame, forteller Nina Elise Dietzel, underdirektør ved Forbrukertilsynet til Costume.

– På samme måte som at retusjerte personer i reklame kan føre til kroppspress, mener Forbrukertilsynet at personer skapt av kunstig intelligens også kan føre til et slikt press, sier hun.

Påbud om merking av AI-reklame omfattes ikke enda av lovverket, og derfor er det ikke i dag noe krav om dette.

– Men markedsføringsloven har et forbud mot villedende markedsføring, og avhengig av omstendighetene kan bruken av kunstig intelligens i reklame være problematisk etter loven.

Forbrukertilsynet har også mulighet til å slå ned på reklame som kan føre til kroppspress.

– Per nå har vi ikke hatt saker til behandling der disse forholdene har kommet på spissen, men den økte bruken av kunstig intelligens gjør at problemstillingen blir mer og mer aktuell.

AI SOM PR-STUNT

I EU har saken for lengst blitt diskutert, og et nytt regelverk om merking er på vei inn. Til Costume forteller digitaliserings- og forvaltningsminister Karianne Tung at Norges regjering jobber med å innføre EUs forordning om kunstig intelligens i norsk rett.

– Jeg mener prinsipielt at alt innhold som er laget ved hjelp av kunstig intelligens, skal merkes. Det er viktig at vi som forbrukere vet hva som er laget med denne teknologien, slik at vi kan skille mellom ekte og AI-generert innhold. Derfor mener jeg også at motemagasiner bør gjøre lesere oppmerksomme på det.

Et lovutkast ble sendt på høring tidligere i sommer med sikte på at loven skal gjelde fra sensommeren neste år.

Lyneborg-Lindberg stiller seg positiv til det mulige fremtidige påbudet om merking, men spør seg om det er nok.

– Tenk på varselet på røykpakker med bilder av noen som er dødssyke. Man blir vant til å se det og kjøper sigaretter likevel. Jeg tror merking er noe man legger merke til de første ukene, og så er det som om man blir blind på det.

– Jeg tror ikke en 15 år gammel jente kommer til å se på et bilde av en AI-modell og tenke 'Selvfølgelig kan jeg ikke se ut som henne, hun er jo ikke ekte'. Alt det filtrerte, det fake og genererte innholdet på nett tukler det til for en hel generasjon av unge, mener jeg. Det er det jeg fighter mot.

Mangfold i modellindustrien har alltid vært et tema, og bransjen har lyktes i større og mindre grad med å inkludere et bredere spekter innen alle kategorier. Det siste tiåret har antallet personer med ulike etnisiteter og kroppsstørrelser i kampanjer, på catwalken og på magasinforsider økt. Le Management-grunnleggeren forteller at man etter Black Lives Matter-bevegelsen så hvordan bookingen av antallet ikke-hvite modeller økte.

– Vi har også hatt en egen curve-seksjon i utrolig mange år, men da andre byråer begynte å legge til curve som en kategori, droppet vi vår. Vi så ikke behovet for å plassere folk i båser på den måten lenger, enten der er kjønn, etnisitet eller størrelse. Det føles veldig gammeldags.

De fleste av AI-modellene han har sett, har representert en smalt og utdatert skjønnhetsideal.

– Jeg vil ikke at mine døtre skal se opp til noe som er så totalt urealistisk.

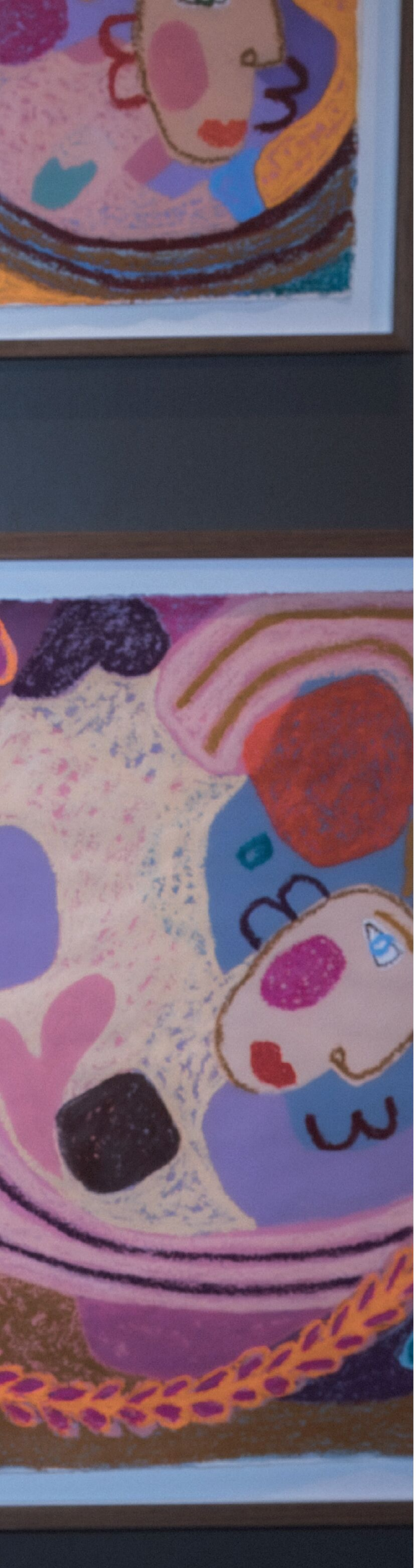
Så langt har kampanjer med AI-modeller likevel lyktes på den måten at det har skapt mye buzz for merkevarene.

– Det er klart at de først og fremst gjørt dette som et PR-stunt. Og AI er et vektøy som gir store muligheter. Vi er allerede der at vi to kan starte et T-skjortemerke i morgen og lage en kampanje med ti modeller foran Eiffeltårnet, ti modeller som poserer på en fest i Brasil og ti modeller som er ute på byen i New York, alt sammen laget hundre prosent fra vår egen data hjemme. Vi trenger ikke reise noe sted.

– Men jeg kan ikke se for meg at store merker som Prada eller Louis Vuitton vil kaste seg på den trenden og si 'Ok, nå gjør vi bare alt med AI'. Det handler om autensitet og klasse. Jeg tror det vil bli sett på som et kvalitetstempel å si at man bruker ekte modeller.



FOTO INA VIKØREN



KUNSTEN & LIVET

Møt fire kunstnere fra Norden, som alle bringer unike perspektiver og kreativitet til samtidskunsten. Gjennom varierte uttrykksformer, fra maleri til installasjon, utforsker de personlige historier på nye måter.

Av Sonia Uppal

METTE GREFTEGREFF

Med pensel i hånden og følelser på lerretet balanserer Mette Greftegreff (34) et dobbeltliv som både bankansatt og en selvlært kunstner. I 2023 hadde hun sin solodebut hos Fineart Oslo. Utstillingen, som besto av originale verk, ble utsolgt og plasserte henne blant galleriets mestselgende kvinnelige kunstnere det året. Inspirert av alt fra Picasso til barndommens uperfekte lekenhet, uttrykker hun et barnlig formspråk og spontane verk som speiler livets faser.

Hva var det som først vekket kunstinteressen din?
– Jeg fikk mitt første malesett av min daværende stefar da jeg var 11. Jeg var glad i å tegne, så han tenkte vel at vi måtte oppgradere blyantene til noe mer søl. Han traff blink. Jeg pleier å si at han var springbrettet inn i malerverdenen.

Når visste du at du ville drive med kunst?
– Jeg vokste opp i en familie der ambisjon var et krav, helst av den klassiske sorten: bank, advokat, lege. Dress, ikke pensel. Det formet selvbildet mitt – å levere, prestere, klatre. Samtidig var jeg det sorte fåret i en søskenflokk på tre. Kunst ble et slags pusterom, stedet hvor jeg kunne være 100 prosent meg selv, for meg selv. Derfor ble det to parallelle spor, karrieren som tilfredsstilte forventningene og kunsten som tilfredsstilte hjertet. For meg var det jo heller aldri snakk om enten eller. Jeg ville ha begge deler for å bevise at jeg kunne. Det gikk jo så klart en fanden i meg. Ingen forventer gullkalv av et sort får. Så det var klart at jeg skulle motbevise det – et *watch me*-monster som brøler hver gang noen tviler. Skulle sikkert adressert det i terapi, men foreløpig gjør det jobben. Så da ble jeg både bankfunksjonær og kunstner – en karriere-schizofreni på trass.

Hvem eller hva har hatt størst innflytelse på deg som kunstner?
Jeg har alltid vært fascinert av Picasso – den barnlige lekenheten traff meg tidlig. Det uperfekte og kaotiske føles ekte, og har alltid resonnert i meg, mens blant samtidskunstnere må det være Isabella Ducrot. Jeg er en håpløs romantiker, og hun klarer å fange en sårhet i kunstnerskapet som sjelden sees. Kjærligheten mellom mennesker, lengselen etter en significant other og følelsen av kompletthet når man faktisk finner den. Jeg elsker det naive, spontane og uperfekte i verket hennes.

Hvordan fikk du kunsten ut i verden?
– Det begynte med å bare get over myself og slutte å frykte andres fordommer. En dag for snart seks år siden tenkte jeg fuck it, la dem dømme og la ut bilder av verkene mine. Ingen dømte. Så lærdommen ble at det indre narrativet nesten alltid er den største fienden. Folk flest synes faktisk det er ganske kult når man gjør sin egen greie. Deretter tok det seg gradvis oppover. Interessentene ble flere, min første solo-utstilling falt på plass og eksponeringen gjorde at jeg ble plukket opp av Fineart. I august åpnet jeg opp for min andre utstilling hos dem, 'I går var jeg et barn i morgen'.

Hvordan ser en vanlig dag ut for deg?
– Jeg føler at hverdagen er litt sånn; hvordan få til alt uten egentlig å få til noe som helst. En treenighet av bank, barn og maling. Fullstendig ulevelig, men funker på trass.

På hvilken måte gjenspeiles livet ditt i kunsten du lager?
– Kunsten er som et avtrykk av situasjonen jeg er i. Da jeg var gravid var fokuset på magen, på det indre livet. Etter fødsel beveget det seg mer mot det barnslige, lekenheten og hvordan man ser verden på nytt gjennom et barns øyne.

Hvordan går du vanligvis frem når du starter på noe nytt?
– Det starter uten en plan. Jeg velger en farge som føles riktig for det uplanlagte, og setter penselen på lerretet. Starten er kaotisk, litt som livet for øvrig.

Og hvordan vet du at et verk er ferdig?
– Når kaoset er samlet. Ofte er det så lite som en siste strøk med en farge som gjør at det hele faller på plass.

Hva har vært det mest utfordrende ved å dele kunsten din med verden?
– Den lille, men nokså store frykten om at mottagelsen ikke merkes av meg. Når den ikke rører andre, kan du si.

Og hva har det lært deg om deg selv?
– Jeg har lært at jeg egentlig bare er et barn i en veldig voksen verden. Det føles ofte skummelt og altfor stort. Jeg har et lite snev av imposter-syndrom når det gjelder å være voksen. Jeg skjønner ikke helt hvordan jeg får så mye ansvar. Men kanskje er det bare jeg som ikke vet det jeg vet, når den enorme vissheten om alt det jeg ikke vet overvinner. Kunsten er tilgivelig, der kan man faktisk være et vandrende spørsmålstegn, fortapt i former og farger.

Hva er ditt forhold til mote?
– Jeg bruker nok litt for mye penger på klær, så mye at vi egentlig ikke snakker om det. Jeg er rett og slett ganske forfengelig. Jeg går sjelden ut døren uten høye hæler, og lidelse for skjønnheten tas høyst alvorlig. Men, mesteparten av tiden, på hjemmebane, ser jeg mer ut som noe katta har dratt inn; iført løse klær fulle av malingsflekker og med et hår som mest minner om et rottereir.

Hvor ser du for deg å være om noen år?
– Jeg håper kunsten min får en enda større internasjonal scene. I februar 2026 stiller jeg ut i et galleri i Beijing's 798 art district.
– Det er fascinerende hvor ulikt kunst oppfattes rundt i verden. I Asia er det en annen respekt for prosessen og historien bak verket. Og ikke minst nettverket. Jeg har et sterkt marked i Norge, men ser en spennende utvikling i Asia og forhåpentligvis etter hvert også i Europa. Beijing blir et viktig skritt for meg, og jeg håper det åpner flere dører internasjonalt.

Mette Greftegreff
har på kort tid markert
seg med kunsten sin.





FAKTA
Navn: Mette Greftegreff (født 1991, Oslo).
Sivilstatus: Singel.
Kunstform: Maleri, ofte akryl og olje – originalverk dominert av finurlige skikkelser og abstrakte former.
Utdanning: Selvlært kunstner.
Karrierehøydepunkt: Debuterte med soloutstilling hos Fineart Oslo i 2023 – utstillingen ble utsolgt og gjorde henne til en av galleriets mestselgende kvinnelige kunstnere samme år.
Representert ved: Eksklusiv representasjon av Fineart i Norge. Galleri Christoffer Egelund, København.



Etter suksessen her hjemme er det Asia som står for tur, med en egen utstilling i Bejing neste år.

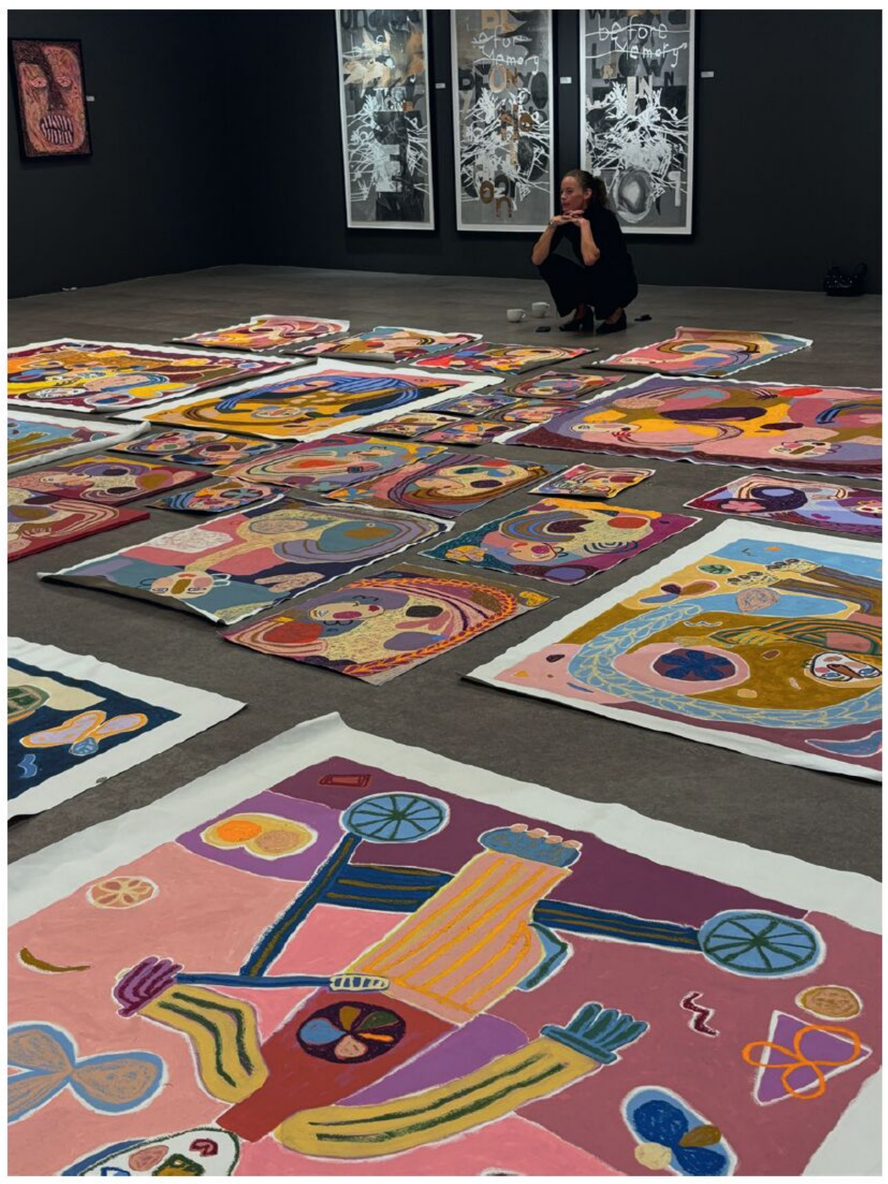
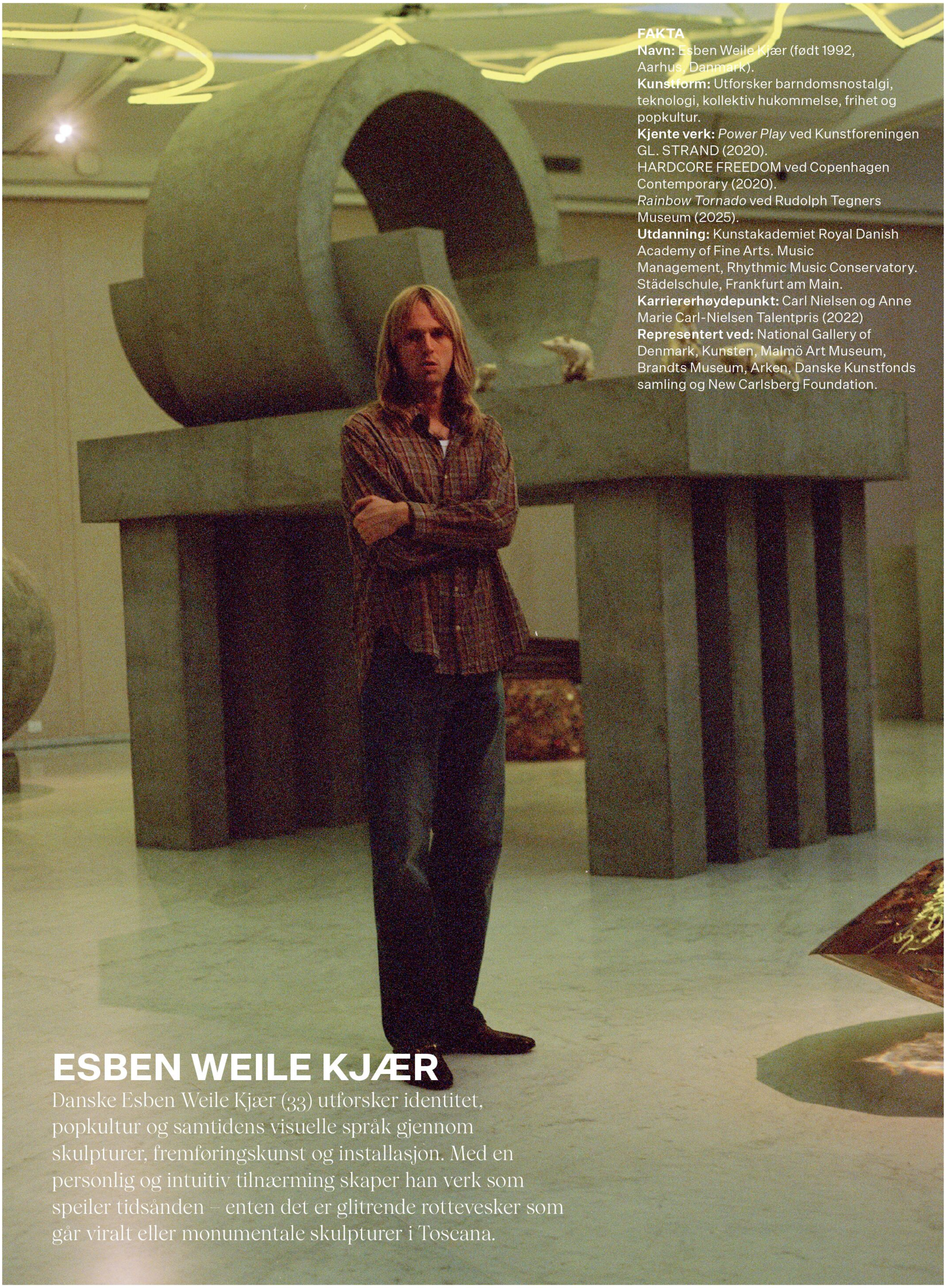


FOTO INA VIKØREN



FAKTA
Navn: Esben Weile Kjær (født 1992, Aarhus, Danmark).
Kunstform: Utforsker barndomsnostalgi, teknologi, kollektiv hukommelse, frihet og popkultur.
Kjente verk: *Power Play* ved Kunstforeningen GL. STRAND (2020).
HARDCORE FREEDOM ved Copenhagen Contemporary (2020).
Rainbow Tornado ved Rudolph Tegners Museum (2025).
Utdanning: Kunstakademiet Royal Danish Academy of Fine Arts. Music Management, Rhythmic Music Conservatory. Städelschule, Frankfurt am Main.
Karriererhøydepunkt: Carl Nielsen og Anne Marie Carl-Nielsen Talentpris (2022)
Representert ved: National Gallery of Denmark, Kunsten, Malmö Art Museum, Brandts Museum, Arken, Danske Kunstfonds samling og New Carlsberg Foundation.

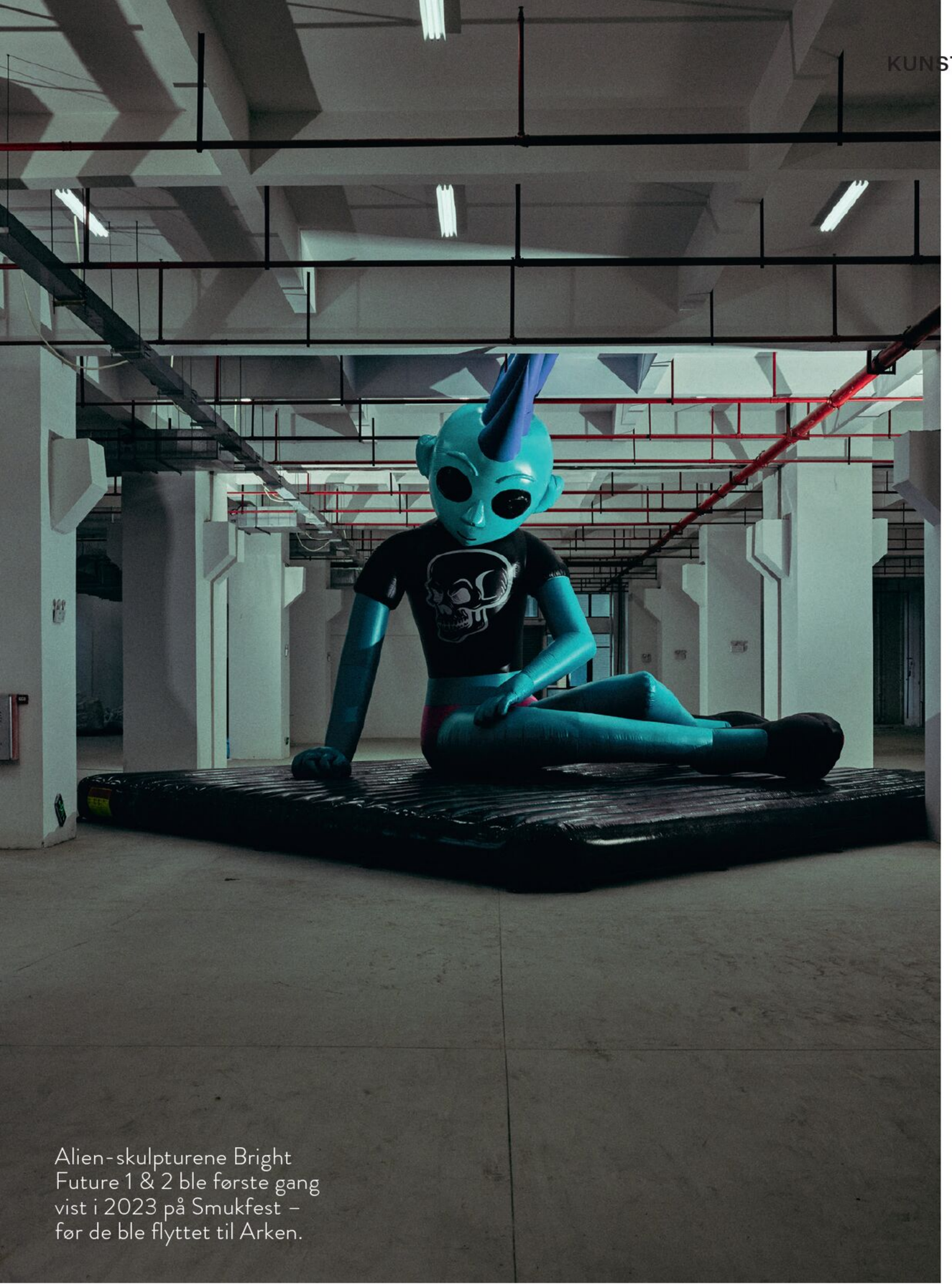
ESBEN WEILE KJÆR

Danske Esben Weile Kjær (33) utforsker identitet, popkultur og samtidens visuelle språk gjennom skulpturer, fremføringskunst og installasjon. Med en personlig og intuitiv tilnærming skaper han verk som speiler tidsånden – enten det er glitrende rottevesker som går viralt eller monumentale skulpturer i Toscana.

FOTO LASSE DEARMAN

Installasjonen *Rainbow Tornado* kan ta pusten fra hvem som helst.

FOTO DAVID STJERNHOLM

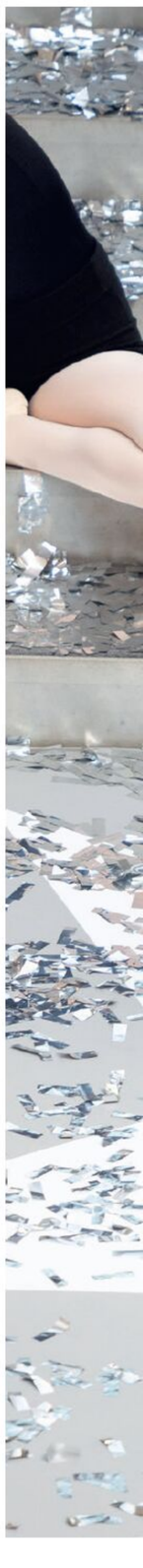


Alien-skulpturene Bright Future 1 & 2 ble første gang vist i 2023 på Smukfest – før de ble flyttet til Arken.

«Nesten alle verkene mine har et personlig utgangspunkt. Det kan være en erfaring eller en refleksjon over noe jeg har sett eller opplevd.»



Glitter World, en glassmosaikk i treramme, Statens Museum for Kunst, Danmark. Foto Malle Madsen



Hva var det som først vekket kunstinteressen din – husker du øyeblikket du skjønte at dette var noe du måtte gjøre?
– Helt siden jeg var barn har jeg alltid hatt en livlig fantasi og eksperimentert mye, og med tiden har kunsten klart å favne måten jeg tenker og ser verden på.

Hvem eller hva har hatt størst innflytelse på deg som kunstner?
– Moren min er veldig interessert i historie, og det hadde en stor innflytelse på meg som barn. Jeg lærte tidlig å verdsette kunst- og kulturhistorie. Storesøsteren min, Anna Weile Kjær, er kunsthistoriker og kurator. Vi har alltid vært nære, og kaster ball med hverandre når det gjelder kunst og estetikk.

Hvordan ser en vanlig dag ut for deg?
– Nå har jeg reist utrolig mye de siste tre årene, så jeg har egentlig ikke en vanlig hverdag. Men de siste ukene har jeg vært i København – her står jeg opp i leiligheten min, sykler ned til atelieret, jobber og har møter, tar kanskje en løpetur på ettermiddagen og avslutter med en middag på kvelden. Nå skal jeg til Italia i tre måneder, der jeg skal jobbe med bronse og marmor i Toscana. Jeg gleder meg til å prøve å få en italiensk hverdag.

På hvilken måte gjenspeiles livet ditt i kunsten du lager?
– Nesten alle verkene mine har et personlig utgangspunkt. Det kan være en erfaring eller en refleksjon over noe jeg har sett eller opplevd. Det er ofte følelser eller stemninger jeg prøver å gjøre fysiske på en eller annen måte. Utgangspunktet er alltid veldig intuitivt, og så blir det mer komplekst etter hvert som jeg arbeider meg inn i det.

Hvordan går du vanligvis frem når du starter på et nytt verk?
– Jeg går alltid rundt med ideer som jeg ikke helt vet hva jeg synes om. Når det er en form for motstand eller jeg er i tvil om jeg synes noe er vakkert eller stygt, så finnes det ofte en åpen energi der som jeg er interessert i. Jeg er som utgangspunkt veldig sjelden interessert i noe som bare er vakkert. Det blir fort kjedelig for meg – det blir bare pynt. Kompleksiteten jeg liker ligger i kontrastene.

Hvordan vet du at et verk er ferdig?
– Mange av verkene jeg viser er fortsatt i prosess. De utvikler seg og er i ferd med å finne ut av seg selv. Av og til kan jeg merke at noe er avsluttet, og da kan jeg liksom lukke døren. Verkene finnes selvfølgelig fortsatt, men jeg jobber ikke videre med serien, for eksempel. Det skjer ofte når jeg har funnet ut av det jeg var nysgjerrig på i starten.

Hvilke temaer eller budskap utforsker du i arbeidet ditt?
– Alle verkene mine speiler samtidens popkultur på en eller annen måte. Jeg bruker praksisen min som et prisme jeg setter opp foran tidsånden. Jeg tenker ikke at jeg er original eller skal skape autentiske bilder. Jeg bruker alt som allerede finnes og presenterer det på en ny måte. Jeg prøver å forstå hvordan popkultur former samfunnet vårt politisk og ideologisk. Verkene mine handler veldig ofte om identitet, og søker sammenstøt mellom det som ofte blir definert som god og dårlig smak.



Performance er et virkemiddel, dette heter COLLIDER.



Rotte-veskene som gikk viralt etter Copenhagen Fashion week. Foto: Freja Wewer



Skulpturelle verk av Kjær.

Er det noe ved det å være kunstner som du synes er krevende?
– Å være selvstendig. Det er på ingen måte min drøm. Hvis det var opp til meg, ville jeg heller hatt en jobb hvor jeg fikk lønn og hadde kolleger på en mer tradisjonell måte. Jeg synes ikke det er spennende å drive en bedrift, noe man som kunstner på en måte er nødt til. Det er et privilegium å kunne leve av kunsten sin – det er klart – men de praktiske omstendighetene interesserer meg ikke så mye.

Hva har vært det mest utfordrende ved å dele kunsten din med verden – og hva har det lært deg om deg selv?
– Det vanskeligste er nok å ikke la seg styre av andres meninger. I en tid hvor sosiale medier er så altomfattende, kan det være en utfordring å holde seg i seg selv. Der har jeg alltid prøvd å være – i meg selv. Jeg tror det er helt avgjørende for å kunne lage kunst. Det er vanskelig, men fint når det lykkes.

Dine rotte-vesker gikk viralt under Copenhagen Fashion Week. Hvordan fikk du ideen til dem, og fortell litt om responsen ...
– I fjor lagde jeg noen rotteskulpturer som ble vist på Gwangju-biennalen i Korea og i utstillingen Solar System på kunstmuseet Kunsten. De var laget i glassfiber og dekket med glasskrystaller. De fikk utrolig mange reaksjoner, noe som faktisk overrasket meg litt. Anne Sofie Madsen, som er en god venn, spurte om modellene kunne gå med skulpturene på showet hennes. Det var ikke mulig, fordi de er utstilt hos Pace Gallery i Berlin og Salzburger Kunstverein akkurat nå, og jeg spurte om det ikke heller var kulere å lage dem om til vesker, så rottene ble en ekte accessoir. Jeg elsker kunstverk som også er smykker eller klær. Reaksjonene var jo helt ville. Bildene av vesken har gått verden rundt, og jeg får sinnssykt mange meldinger fortsatt, selv om det er en stund siden nå.

Hva er ditt forhold til mote?
– Jeg er veldig interessert i mote og stil. Mote har alt å gjøre med popkultur og identitet. Det er et enormt effektivt sted å se hvis man vil forstå tidsånden eller ta temperaturen på samfunnets begjær.

Vi elsker ditt verk Rainbow Tornado – hvordan ble den til?
– Tusen takk! Jeg ville skape en lett og luftig skulptur som skulle være en kontrast til Tegners tunge gips- og bronsefigurer. Jeg ville forene to naturfenomener, tornadoen og regnbuen, i et syntetisk monument. Det ble denne ti meter høye glitrende skulpturen som jeg også selv har blitt veldig glad i.

Hva er det mest avgjørende når du velger format for kunsten din?
Materialene kan være veldig forskjellige ting. Bronse, glass og stål er materialer som varer lenge og patinerer på ulike måter, mens performance og lys er mer flyktig. Jeg trenger begge tidsdimensjonene i arbeidet mitt – noe som forsvinner, noe som forandrer seg, og noe som blir. Det er forskjellige knapper jeg kan skru på. Jeg bruker ofte ganske klassiske medier på en måte som gjør at de ser veldig samtidige ut – som om materialet er i «drag», på en måte.



FOTO SIOBHAN BEASLEY

LIV ERTZEID

Liv Ertzeid (39) fant veien til maleriet etter flere små øyeblikk som traff henne tidlig i livet, blant annet en magisk opplevelse på Astrup Fearnley-museet. Etter å ha studert samfunnsøkonomi og sosialantropologi, valgte hun å følge hjertet og satse fullt på kunsten. Nå kombinerer hun familieliv og tre barn med kreativitet på atelieret, hvor hun jobber med malerier og skulpturer inspirert av naturen. Gjennom en ærlig og leken stil inviterer hun publikum til ettertanke og utfordrer både seg selv og dem som ser kunsten hennes.

Hva var det som først vekket kunstinteressen din – husker du øyeblikket du skjønte at dette var noe du måtte gjøre?
– Den første opplevelsen av at jeg ville bli kunstner oppsto da jeg var ni. Faren min var med på å arrangere en festival. Dit kom det musikere og forfattere, og jeg kjente på en dragning mot den verdenen. En annen sterk opplevelse er fra da jeg gikk på ungdomsskolen, og så Leonard Rickard på Astrup Fearnley-museet – jeg husker at arbeidene hans var magiske. I senere tid studerte jeg samfunnsøkonomi og sosialantropologi på Blindern, men det føltes ikke riktig, og etter fire år bestemte jeg meg for å slutte og søkte kunstakademiet i stedet.

Hvem har hatt størst innflytelse på deg som kunstner?
– Det er flere, men da jeg var student jobbet jeg som assistent for Ida Ekblad. Hun er både sylskarp og ekstremt generøs. Jeg fikk sett hvordan hun jobber og lærte mye om hvordan kunstverdenen fungerer.

Hvordan ser en vanlig dag ut for deg?
– Etter at jeg har fått barna på skolen, i barnehagen og babyen har sovnet, begynner jeg å jobbe på atelieret. Enten så fortsetter jeg på noe eller begynner på noe nytt. Jeg jobber i to timer før jeg tar en pause. Da drikker jeg kaffe, leser litt eller løper en tur. Neste arbeidsøkt begynner når babyen sovner igjen. For meg er disiplin veldig viktig. Jeg jobber selv om det ikke alltid er lystbetont. Et maleri som tvinges frem kan ha helt andre, like gode, kvaliteter enn ett som kom lett. Begge deler er interessant.

På hvilken måte gjenspeiles livet ditt i kunsten du lager?
– Jeg har alltid hatt mye alvor i meg, og tenkt at hardt arbeid er den viktigste kvaliteten. Skal man ha lunket vann er det bedre å blande kokende vann med iskaldt vann, enn å få lunket vann fra springen – altså ikke velge den enkleste veien. På kunstakademiet lugget det litt, jeg fant liksom ikke helt ut hva jeg skulle gjøre. Jeg jobbet hardt og mye – det førte til at maleriene ble uinteressante og svette forsøk på å skape noe intelligent. Så ble jeg gravid, fikk en baby og en soloutstilling. Plutselig fikk jeg begrensninger på tiden, og maleriene var ikke lenger det viktigste i livet. Og dét løste alt for meg. Jeg begynte å male når jeg hadde tid. Jeg malte blomster, insekter, lekte med komposisjoner og med stupet, følte jeg. Jeg malte vakre malerier og rare malerier. Det var plutselig mye enklere – jeg malte hver ledige stund, men ikke mer enn jeg måtte. Når jeg ikke malte, lagde jeg skulpturer. Jeg skjønte at arbeidene ikke måtte legitimeres med blod, svette og tårer. De kan være alvorlige og sanne, selv om jeg har vært økonomisk med strøkene.

Du er spesielt opptatt av natur i maleriene dine, hva kommer det av?
– Motiver fra naturen er allsidige, og jeg kan bruke dem til alt. Både utforske maleriske problemstillinger og jobbe med historiske referanser, samtidig er naturen et godt bilde på det mest grunnleggende alvoret som driver meg – livet og døden. Jeg har kanskje også et litt ekstremt forhold til naturen, lyset, vinden, luktene. Jeg liker ikke natten og kvelden, fordi jeg ikke vil puste inn mørk luft. Jeg liker ikke høsten når alt tørker – det minner meg om døden. Jeg liker vår og sommer. Samtidig minner sommeren meg om at tiden går, denne sommeren er jeg ett år eldre enn den forrige. Skulpturene, derimot, er pauser fra alvoret. Med dem leker jeg med kunsthistoriske referanser, former og karakterer.

Hvordan går du vanligvis frem når du starter på et nytt verk?
– Jeg noterer når jeg kommer på ideer – det kan være rett før jeg sovner, når jeg ser en film eller hører på musikk. Det kan være setninger, komposisjoner, rytmer eller drømmer.

Hvordan vet du at et verk er ferdig – er det en følelse eller en beslutning du må ta?
– Begge deler, kanskje. Ofte får jeg en følelse, da stopper jeg opp. Venter en time eller en dag, eller en måned. Kanskje jobber jeg litt mer, gjør noe, angrer og tar det bort. Plutselig er det ferdig, da er jeg aldri i tvil.

Hva ønsker du at publikum skal føle eller tenke når de ser kunsten din?
– Jeg tror at mange av arbeidene mine er ganske generøse, motivkretsen er veldig tilgjengelig. Ved første øyekast kan arbeidene virke harmløse og koselige. De kan minne en på hvordan man var i naturen som barn. Lyden av løvetann som blir plukket, lukten av nyklipt gress. Sånne umiddelbare ting. Maleriene mine bærer først og fremst et dypt alvor, og kretser rundt eksistensielle temaer som tid, liv og død.

Hva har vært det mest utfordrende ved å dele kunsten din med verden – og hva har det lært deg om deg selv?
– Det mest utfordrende har vært å stole på at arbeidene er nok i seg selv. På atelieret har alt sin egen logikk. Når jeg lager skulpturer så tester jeg, setter en trekloss der, tar den bort og prøver en ny. Når det er riktig, er jeg helt sikker. Slik er det med maleri og titler til arbeidene også. Jeg går ikke rundt og lurer på om noe er bra nok eller ferdig, når det er riktig er det riktig. Og når jeg jobber med en utstilling, vet jeg hvordan jeg vil ha det. Jeg husker til den forrige soloutstillingen på Opdahl, *Bird Watch Watch Bird,* så var et av de siste arbeidet jeg malte *The Surprising Health Benefits of Singin in a*





Fra utstillingen
Bird Watch Watch Bird.



«Maleriene mine bærer først og fremst et dypt alvor, og kretser rundt eksistensielle temaer som liv og død.»

Choir, en død fugl som ligger under noen epler. Jeg trengte det maleriet for å få den rytmen og balansen jeg ville ha. Man trenger liksom ubehag for å se det vakre og omvendt. Det er først når det skal henges til utstilling at jeg alltid blir nervøs og stresset. Vil det fungere i rommet, vil det oppleves likt som på atelieret? Å vise maleri eller skulptur har lært meg at det viktigste er arbeidet på atelieret. Når jeg lar meg selv jobbe uten å la tvilen komme til, blir det best.

Hva er du mest stolt av så langt i karrieren din?
– Det var utrolig gøy da Nasjonalmuseet kjøpte både maleri og skulptur rett etter avgangsutstillingen. Etter det har arbeidene mine fått plass i flere gode samlinger, men det er noe spesielt med den første gangen.

Hvilke samtidskunstnere synes du selv er spennende akkurat nå?
– Jeg er veldig lei meg for at jeg gikk glipp av David Hockney på Fondation Louis Vuitton. Jeg er fascinert av hans bruk av farge og perspektiv. Og så er jeg veldig tiltrukket av Christopher Wools direkte og «skitne» malerier. De er så fysiske, både i størrelse og strøk.

Hva er ditt råd til andre som drømmer om å bli kunstner?
– Kjør på. Det verste som kan skje er at det ikke er riktig, da er det bare å gjøre noe annet.

Hva mener du er kunstens viktigste rolle i dagens samfunn?
– At kunst fortsetter å være kunst. Selv når rammene for hva kunst er stadig utfordres og utvides, finnes det et noe – en nerve, en intensjon – som gjør at kunst fortsetter å være kunst.

Hva jobber du med akkurat nå – og hva inspirerer deg i det prosjektet?
– Akkurat nå jobber jeg med en soloutstilling til en art fair med Isca Gallery. Siden jeg jobber med natur, endrer jeg fokus gjennom året. Akkurat nå jobber jeg med lys, mørket om kvelden og temperaturen ute. Oktober er ofte våt, det er mørkere men fremdeles blomster, sopp og insekter. Jeg jobber en del ute om sommeren, og oktober, kanskje november, er siste del av høsten hvor det er mulig. I tillegg til art fair jobber jeg også med nye arbeider til ulike prosjekter med Galleri Opdahl i Stavanger og Alice Folker Gallery i København.

Ertzeid liker ikke høst og vinter. Da visner og dør alt. Det er sommeren hun lar seg inspirere av.

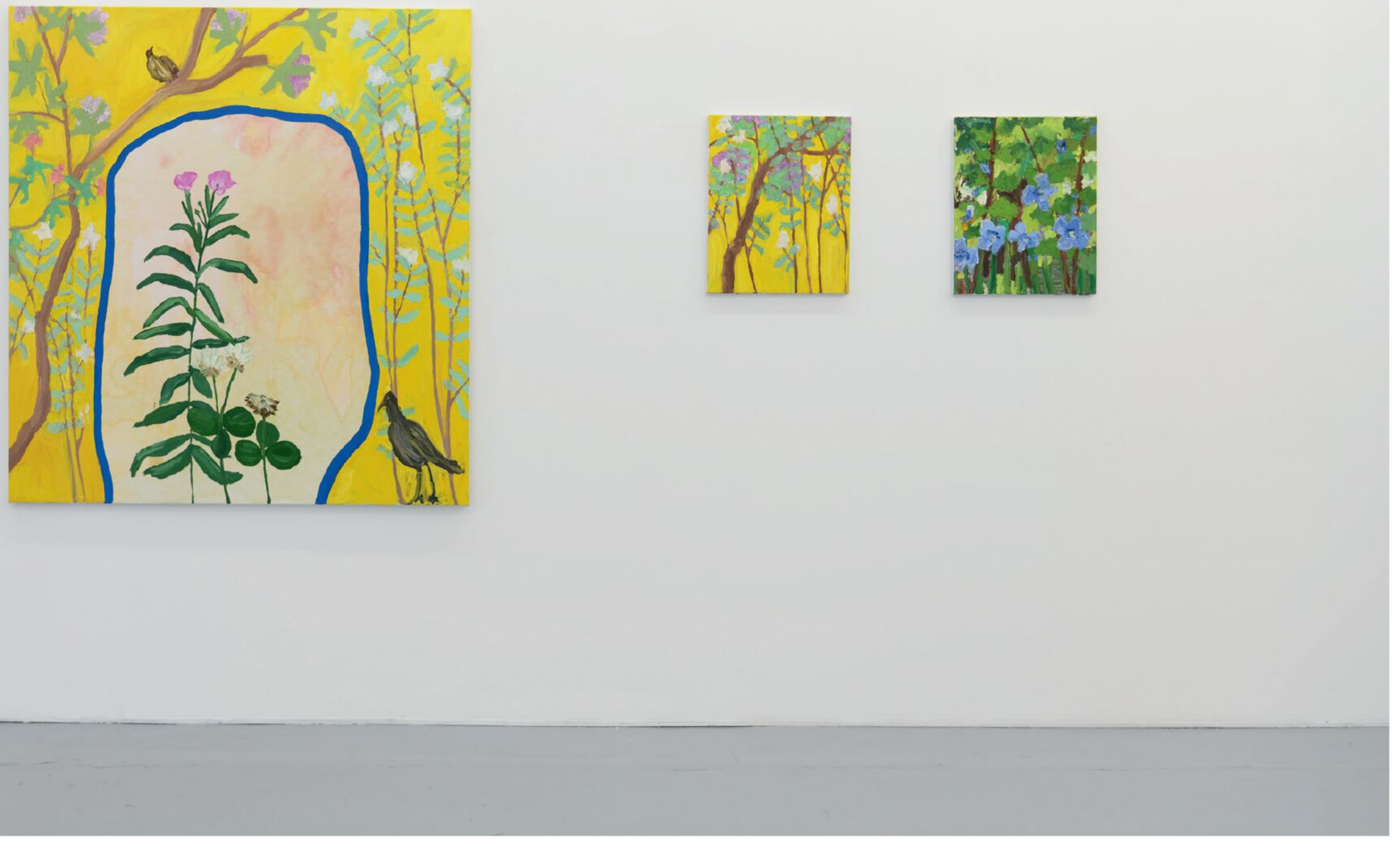




FOTO BITMAP / MARKUS JOHANSSON OG SIOBHAN BEASLEY
COURTESY OF GALLERI OPDAHL

Tante Aud (2023). Olje på canvas.

FAKTA
Navn: Liv Ertzeid (født 1986, Lørenskog).
Kunstform: Maleri, ofte akryl og olje. Verk som *Engkant* (2019) og *Today is Free* (2022). Tre-skulpturer med maling og lim, lek med form, materiale og kunsthistoriske referanser.
Kunstnerisk stil: Fargesterk, poetisk og utforskende maleri – ofte inspirert av botanikk, natur og små skapninger, med en leken kombinasjon av abstraksjon og representasjon.
Kjente verk og solo-utstillinger: *Bird Watch Watch Bird*, Galleri Opdahl, Stavanger (2025).
The Late Show, ISCA Gallery, Oslo (2023).
Flowers, Galleri Opdahl, Stavanger (2021).
The Ba Ba Bug Show (sammen med Tarald Wassvik), *Stormen,* Bodø (2021).
Look down, fair moon, and bathe this scene, ISCA Gallery, Oslo (2020).
Zoo, Plum Trim, Nesodden (2019);
The 2019 Garden Exhibition, Destiny's Atelier, Oslo (2019).
Utdanning: Master fra Kunstakademiet i Oslo (KhiO) og en bachelor i Sosialantropologi fra UiO.
Karrierehøydepunkt: Nasjonalmuseet kjøpte et maleri og tre skulpturer (2019), og *Bird Watch Watch Bird* på Opdahl (2025).
Representert ved: ISCA Gallery, Oslo Galleri Opdahl, Stavanger.
Aktuell med: Solo på Artfair med Isca (2026).



Hvid Petersens oljemalerier har en helt egen stemning og et unikt uttrykk stadig flere elsker. *Indefra*, olje på kanvas (2025).

FAKTA
Navn: Anna Kristine Hvid Petersen (født 1992, Danmark).
Kunstform: Arbeider hovedsakelig med figurativt maleri.
Kjente verk og solo-utstillinger:
Vingeløs (2021).
Der er altid et landskab som trænger sig på (2025).
Tucked In (2024).
Det går (2025) og *Dødvågen.*
Stykker af og om vævet (Galleri Nicolai Wallner, København, 2023).
Gruppeutstillinger:
Zeitgeist (Galleri Nicolai Wallner, 2022).
Debut i gruppeutstilling ved Prince Gallery, København, 2017.
Utdanning: Det Kongelige Danske Kunstakademi (MFA/BFA, 2019–2022). Studier også ved Swedish Academy of Realist Art (2018–2019).
Karrierehøydepunkt: Har deltatt i utstillinger ved blant annet Galerie Protégé (New York), Exhibition Hall i Ordos (Kina), samt flere steder i Danmark.
Representert ved: Galleri Nicolai Wallner i København.
Aktuell med: *Dødvågen* solo-utstilling ved Galleri Nicolai Wallner i København.



ANNA KRISTINE HVID PETERSEN

Danske Anna Kristine Hvid Petersen (33) er kjent for sine oljemalerier med sterkt fokus på detaljer og stemning. Hun kombinerer realistisk maleteknikk med drømmeaktige og mystiske elementer, ofte gjennom stilleben og fragmenterte objekter som åpner for tolkning. Anna Kristines verk har fått internasjonal oppmerksomhet, og blant annet vært vist på den prestisjetunge kunstmessen Art Basel i Sveits. Hun er tilknyttet Galleri Nicolai Wallner, og regnes som en spennende stemme i samtidskunsten.

Hva var det som først vekket kunstinteressen din – husker du øyeblikket du skjønte at dette var noe du måtte gjøre?
– Jeg husker det ikke som et spesielt øyeblikk, mens interessen eller snarere lysten til å uttrykke meg gjennom bilder har derimot alltid vært der. Med mitt voksne tilbakeblikk og språk kan jeg si at det var et fristed – et rom hvor det var en annen struktur og logikk som gjaldt, hvor utforskningene aldri tok slutt. Men som barn var det nok bare følelsen og gleden jeg kjente. Jeg visste ikke om noen kunstnere, så jeg tenkte heller aldri at det kunne være en jobb, men etter en fortvilet og vanskelig periode tidlig i tjueårene, bestemte jeg meg for å gi det en seriøs sjanse og søkte meg inn på kunstakademiet. På det tidspunktet visste jeg selvfølgelig ikke hva jeg gikk til, men ungdommens naivitet og drømmer er på mange måter både gode og nødvendige.

Hvem eller hva har hatt størst innflytelse på deg som kunstner?
– Alle brikkene i livet har på en eller annen måte hatt en innflytelse – noen direkte og noen indirekte, også konkrete hendelser har satt spor, som for eksempel en studietur til Kina, hvor jeg for første gang



Det er alltid et landskap som trenger seg på. Olje på kanvas (2025).

malte med oljemaling og opplevde kunsten i en global og ikke-vestlig kontekst. Det var også spesielle lærere, blant annet Jan Bäcklund som underviste i kunsthistorie. Han holdt en lidenskapelig, særegen og levende forskning i undervisningsrommet, og jeg ble hektet. Også nære venner og kolleger hatt blitt som inspirasjon for meg, både menneskelig og kunstnerisk. Mellom bachelor og master tok jeg et års pause og flyttet til Sverige, hvor jeg studerte klassisk tegning og fordypet meg i klassiske oljemalingsteknikker – det har vært med på å utvide mitt malerspråk.

Hvordan ser en vanlig dag ut for deg?
– Jeg er en typisk atelierkunstner, atelieret er mitt andre hjem. Noen dager maler jeg intenst i timevis, andre dager sitter jeg bare og ser, vurderer eller går forvirret rundt meg selv. Atelieret må kunne romme hele følelsesregisteret, dagene blir også deretter.

Du har fått mye vind i seilene på kort tid . Hvordan føles det?
– Jeg ble ferdig ved kunstakademiet for tre år siden, og har siden jobbet sammen med Galleri Nicolai Wallner i København, hvor jeg nettopp hadde min andre separatutstilling. Jeg er heldig som kan jobbe fulltid med kunsten min, men jeg er fortsatt tidlig i kunstpraksis. Jeg tror det kommer til å være mange gjennombrudd i løpet av livet – noen av dem er indre og ytre. De gjennombruddene jeg er spesielt opptatt av, er de maleriske gjennombruddene, der det midt i arbeidet mellom penselstrøk, farger og former oppstår noe magisk på lerretet. Det er vanskelig å beskrive nøyaktig hva magi er, men det er nok også det som skaper magien.

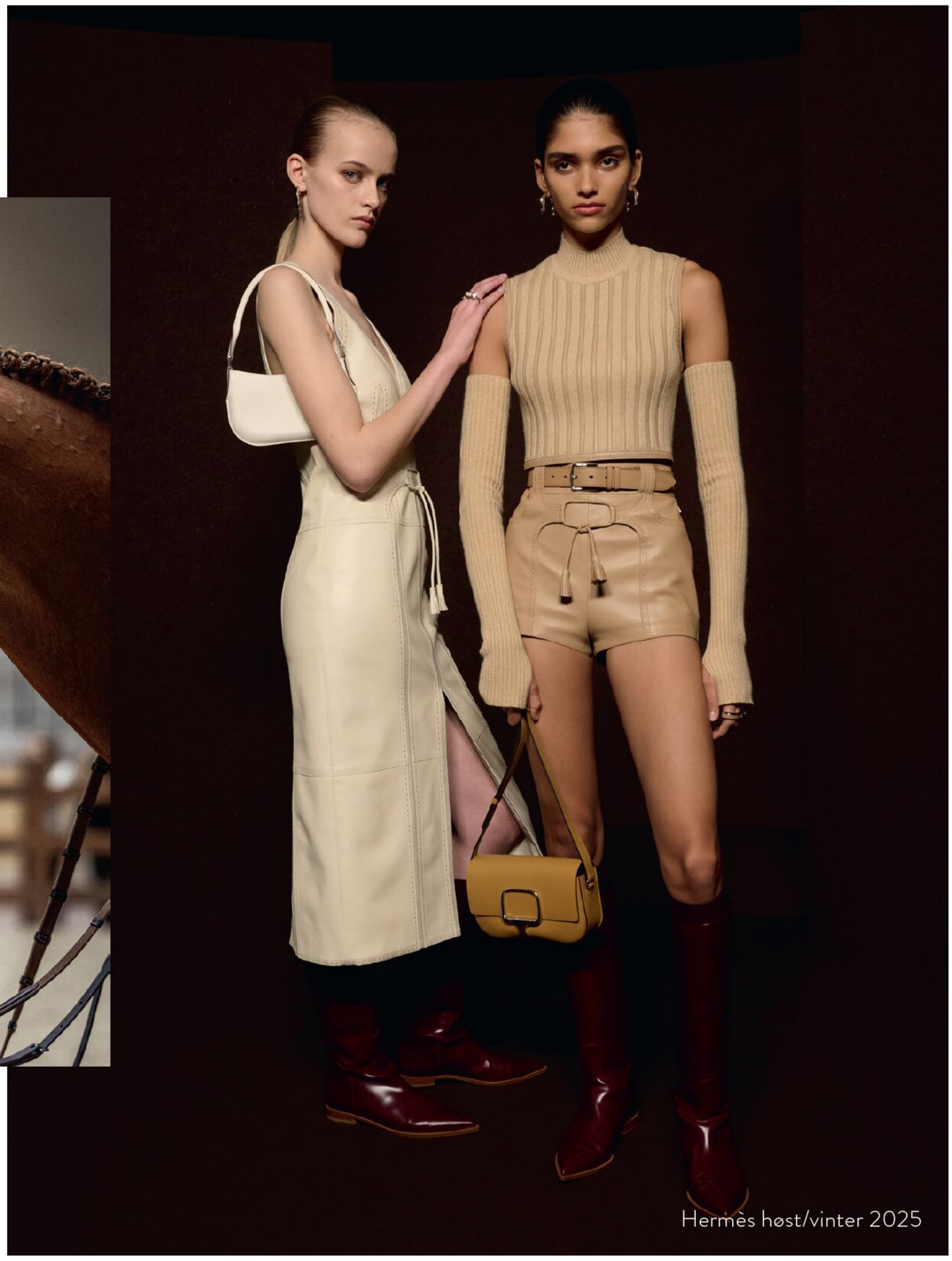
På hvilken måte gjenspeiles livet ditt i kunsten du lager?
– For meg er det viktig at man kan merke at maleriene mine er ærlige, og derfor trekker jeg hele meg selv inn i kunsten. Jeg har alltid hatt en sterk forbindelse til ikke-menneskelige eksistenser i verden, både de med og uten bevissthet. Kanskje også fordi mange sosiale situasjoner gjør meg forvirret og ukomfortabel. Forbindelsen til det ikke-menneskelige er både umiddelbar og spennende, fordi det finnes andre logikker og språk i spill som utvider og utfordrer mitt blikk på verden. Dette er sentralt i min praksis, og jeg har nærmest hatt en lengsel etter å kunne frigjøre meg fra min menneskelighet, men da innser jeg at jo mer jeg prøver å fjerne meg fra det menneskelige, desto nærmere kommer jeg det. Derfor handler maleriene også om den daglige utfordringen det er å være en kropp i verden, inkludert mine personlige erfaringer med både psykisk og fysisk sykdom.

Hvilke temaer eller budskap utforsker du i arbeidet ditt?
– Jeg har lenge vært fascinert av barokkens stilleben, men mine malerier har en annen tilknytning. Tingene formidler ikke den klassiske 'memento mori' – de er ikke døde, men heller ikke levende i tradisjonell forstand. Kanskje pendler de mellom død og liv. Vi kan for eksempel ikke lenger kaste noe og tro at det slutter å eksistere. Klima- og biodiversitetskrisen viser oss at vi har et stort ansvar for å gjenvinne respekt og omsorg for det ikke-menneskelige – og at det er en total integrert avhengighet. Maleriet blir på en måte en billedliggjøring av relasjonene mellom det andre og meg. Jeg liker det flertydige, det tvetydige og motsigende, for det er slik jeg også opplever verden.

FOTO ANDERS SUNE BERG & GALLERI NICOLAI WALLNER KØBENHAVN



Hest er best! Moteverdenen har gjennom alle tider latt seg inspirere av hestens verden.



Hermès høst/vinter 2025

RIDENDE ELEGANSE

Frihet, styrke og raffinement. Den majestetiske hesten har i århundrer inspirert og påvirket moten. Vi reiste til Paris for å oppleve hesten på nært hold under arrangementet Saut Hermès – og lærte mer om hvorfor nettopp hesten omtales som den første kunden til det franske huset.

AV Camilla Göthlin FOTO Madeleine Bergsjø og produsenten

Gjennom tidene har hesten vært langt mer enn bare et dyr eller fremkomstmiddel – den har vært et symbol på blant annet eleganse, styrke og status. Fra aristokratiets jaktuniformer til dagens haute couture, har hestens tilstedeværelse påvirket motebildet på subtile, men kraftfulle måter. Ryttersportens elegante estetikk, med sine rene linjer, funksjonelle snitt og luksuriøse materialer har inspirert designere i generasjoner – og dette går aldri av moten. I skjæringspunktet mellom natur og kultur, tradisjon og trend, har hesten en rolle i moteverdenen med en verdighet og eleganse som etter århundrer fremdeles påvirker oss. Og det sterkeste forholdet mellom hesten og moten finner vi hos det franske huset Hermès. For lenge før det var skinnvesker, silkesjal og ready to wear-kolleksjoner, var det hesten som var – og fremdeles er – husets viktigste kunde.

PARIS-SHOW

Solen varmer idet den treffer oss mens vi står i hjertet av Paris. Midt mot oss har vi Grand Palais – et landemerke med den store glasskuppelen som kan ses på lang avstand når man går gatelangs den franske hovedstaden. Her er det høyt under taket og en rik historie i veggene. Bygget for Verdensutstillingen i Paris i 1900, og



Silketørkle fra det franske huset hvor hesten også spiller hovedrollen.



Backstage hos Hermès sitt høst/vinter 2025-show i Paris.



HESTENS VESKER

Hermès sin HAC-veske (Haut à Courroies) ble opprinnelig designet for å bære en hestesal, introdusert på tidlig 1900-tallet og designet med den høye formen og de karakteristiske skinnreimene for å sikre lokket på vesken. Dette for at den skulle være praktisk for å holde sal og rideutstyr på plass. Det var denne vesken som senere skulle bli inspirasjonskilden for Birkin-vesken, som deler flere av designelementene, men er noe mindre og tilpasset moderne bruk.

Evelyne ble introdusert i 1978 av Évelyne Bertrand, som da ledet Hermès sin avdeling for rideutstyr. Vesken var ment som en praktisk stallveske og spesielt laget for å bære og lufte hestestellutsyr som børster og hansker. Du har kanskje lagt merke til at denne vesken har det ikoniske H-mønsteret som små hull på fremsiden? Dette var ikke ment som en logo, men som ventilasjon slik at utstyret kunne tørke og puste etter bruk.



Vesken The Birkin à l´envers til venstre og vesken Haut à Courroies til høyre.

siden har det fungert som en viktig utstillingshall, militærsykehus under verdenskrigene og i dag som et sted for alt fra kunstutstillinger og mote- eller hesteshow; som sprangridningskonkurransen Saut Hermès, vi er i Paris for å oppleve nå.

Saut Hermès er en internasjonal sprangridningskonkurranse som forener eleganse, presisjon og sportslig ferdighet i verdensklasse. Konkurransen som Hermès nå arrangerer for femtende gang, finner sted i det ikoniske Grand Palais – og tiltrekker seg noen av verdens fremste ryttere og hester. Under årets arrangement finner vi også flere skandinaviske deltagere. Victoria Gulliksen fra Norge, Andreas Schou fra Danmark og Peder Fredricson, Petronella Andersson, Erik Nordström og Philip Svitzer fra Sverige.

Med en sofistikert og kreativ estetikk, tro mot det franske huset, representerer Saut Hermès mer enn *bare* sport – dette er en feiring av hesten, håndverk og den dype forbindelsen mellom rytter og hest. Arrangementet inviterer mennesker i alle aldersgrupper og kjønn, hvor fellesnevner er lidenskap for estetikk, hest og kultur.

– For en glede det er å igjen spasere med forventning opp trappene til Grand Palais og gjenoppdage stedet i all dets tidligere prakt. Etter så mange år med beundring for Saut Hermès, er det en sann fryd å se konkurransen vende tilbake til sin opprinnelige arena, sier direktør for Hermès og sjette generasjon som leder det franske huset, Axel Dumas, under åpningen av arrangementet.

Etter restaureringsperioden av Grand Palais i forbindelse med forberedelser til Paris-OL i 2024, ble Saut Hermès i tre år arrangert i den midlertidige arenaen Grand Palais Éphémère i Paris. 2025 markerer året der konkurransen er tilbake i det storslåtte bygget, som helt fra start har vært en viktig arena for hesten.

– Velkommen hjem, starter president for Grand Palais, Didier Fusillier, med å si etter Dumas' tale.

– Vi gleder oss stort over at Saut Hermès er tilbake i sitt opprinnelige hjem, ikke minst fordi det minner oss om hvilken sentral rolle hesten har spilt i bygningens historie og identitet. Dette gjenspeiles tydelig i arkitekturen – fra karusellen til ridebanen – alt utformet med hestesport i tankene. Og ikke minst de spektakulære skulpturene av hester og vogner som pryder den runde delen av bygget som vender ut mot Avenue Winston-Churchill. Overalt finnes dekorative elementer som vitner om at Grand Palais ble bygget i en tid da hesten regjerte. Allerede i 1901, året etter åpningen, ble bygningen vertskap for *Hippique* – et stort arrangement som hedret hesten både som et praktisk dyr og som kulturelt symbol, forklarer Fusillier.

H FOR HISTORIE, HÅNDVERK OG HEST

Solen skinner inn det store glasstaket til Grand Palais, og hele bygget er dekorert til ære for hesten og rytteren, i tro Hermès-stil. Ingenting er overlatt til tilfeldighetene. I midten av bygget er det en stor bane for konkurransen med tribune rundt. De ulike hinderne har alle ulikt design, fra Hermès H-en, en hest, en Hermès-butikk og det som skal se ut som en vanndam for å gjøre hinderet mer krevende for hesten som skal hoppe over. Bak tribunen er et område der vi kan se de majestetiske hestene varme opp.

Vi må 188 år tilbake i historiebøkene for det som var starten for det erkefranske huset. Grunnlagt i 1837 i Paris av Thierry Hermès, som spesialiserte seg på å lage høykvalitetssaler og -seletøy for hester. Produktene ble fort anerkjent for sitt presise håndverk og bruk av materialer i høy kvalitet, spesielt skinn. I takt med at biler overtok for hest og kjerre, begynte Hermès å utvide sortimentet til andre lærvarer, som vesker og kofferter. Her kom deres ekspertise for nettopp skinn godt med. I dag inkluderer huset Hermès objekter i 16 ulike avdelinger, såkalte métiers. Disse inkluderer skinnvarer, ready-to-wear, silke og parfymer. Men hesten omtales fremdeles som husets første kunde, og spiller en sentral rolle i merkets identitet – noe som understrekes i nettopp sprangridningskonkurransen Saut Hermès.

SELVE HJERTET

Costume møter administrerende direktør for Hermès i Frankrike, Caroline Jacques, rett etter at hun har delt ut prisen til vinneren i klassen Les Talents Hermès / Class No.2. Vi setter oss ned med henne i andre etasje i den elegante bygningen. Elegant kledd i skinnbukser, silkebluse og smykker signert Hermès, tar hun oss imot med en varme som speiler den familiære følelsen som går igjen i alle ledd her.

– Helt siden start har Hermès laget saler og rideutstyr, så den dype kulturen og historien til huset speiles virkelig i dette arrangementet. Det inspirerer ikke bare equestrian-avdelingen, men virkelig hele selskapet. Fra utstyr til hesten, skinnprodukter, silke, duft, objekter, klær og tilbehør.

Jacques trekker frem selve håndverket som en viktig del for dem, og understreker at de elsker DNA-et til Hermès, med dets design og verdier, som kommer spesielt nært innpå folk, ryttere og hester, som publikum, under Saut Hermès-eventet.

– Håndverkerne som er på plass her kan virkelig forklare og vise hvordan vi bruker materialene til å skape nye objekter. På denne måten skaper de et større engasjement for hestesporten. Her inkluderer vi alle, fra barn til voksne, fra profesjonelle og til dem som blir introdusert for hestesporten for aller første gang.

Hun forklarer videre at røttene til huset gir Hermès mulighet til å hele tiden utforske nye sider ved seg selv, og at sport og kreativitet spiller en stor rolle. Dette bringer sammen alle deler av huset.

– Arrangementet har blitt et høydepunkt på kalenderen for ryttersporten, og er en veldig naturlig del for Hermès. Salen er fremdeles en viktig del av huset – og hesten var virkelig den første kunden vår, og en viktig del av selve hjertet. Dette speiles i alt vi gjør.

Hermès lager fremdeles utstyr til hest og rytter, og det unike forholdet er viktig for Hermès å ta vare på. Jacques forklarer at dette er et forhold bygget på tillit, så i alt Hermès lager har de behovene for både rytter og hesten som førsteprioritet. En sal blir alltid made to measure, som vil si at den er tilpasset både hest og rytter sine behov.

– Vi har stor respekt for historien, og viderefører denne i hvert ledd av huset. Å få være tilbake i Grand Palais er virkelig spesielt. Hesten er i dag i hjertet av Paris, som den også var for 125 år siden, sier Jacques.

YOGA + DUFT = ZEN

Å bruke duft under yoga er i vinden. Ifølge parfymøren Rasa Gundersen og yoga-instruktøren Eilin Ma Dalby, kan duft ta yoga til nye høyder og vekke dype assosiasjoner. Vi fikk teste.

AV Caroline Krager FOTO Tonje Barstad



Costumes Caroline Krager lukter på en av rosene under yoga.



Ute er det overveldende grønt. Bladene er på sitt mest struttende, alt av blomster står i knopp med unntak av et par som har våget å åpne seg. Vi befinner oss i en hemmelig liten oase i et rolig villastrøk i Oslo, der Rasa Gundersen og mannen har bygget det perfekte stedet for seg. Hjemmet har en fransk, landlig følelse med duse pastellfarger og vidåpne terrassedører som ønsker både hage og gjester velkommen inn.

I 2006 startet den helsefagutdannede parfymøren opp Naturales, et univers av økologiske og naturlige blomsterdufter. Hun hadde oppdaget effekten duft har på kropp og sinn, de assosiasjonene man får i møte med det søte, florale, krydrete og salte. Under pandemien eksperimenterte hun med duftfylte yogatimer, og siden har hun spredd konseptet med yoga og duft til SATS sine treningsstudioer over hele Skandinavia med stor suksess.

– Når vi blir eksponert for duft, kommer vi nærmere vår underbevissthet, og derfor er det også lettere å hente frem følelser, få nye tanker og komme frem til løsninger på problemer. Duft er noe som får oss til å koble oss på, forteller Gundersen.

Costume er invitert for å oppleve en session hos henne. Yogalærer fra Sats, Eilin Ma Dalby skal guide os gjennom det hele i Gundersens yogastudio. Store vinduer dynker oss i sollys, og kraftige inneplanter fortsetter det grønne temaet.

– Jeg vil fokusere på myke bevegelser og tøyninger for å løsne opp spenninger, med fokus på å roe nervesystemet deres i dag, forteller Dalby, og ber oss ta plass på matten.

– Det er en lang tradisjon med å bruke duft i spirituelle praksiser, for eksempel frankincense til å støtte opp om meditasjon, rosevann i seremonier, salvie og myrra som renselse, og her i nord har vi brukt einer til det samme helt siden vikingtiden, fortsetter hun.

Tre dufter har blitt håndplukket av Gundersen til dagens yogatime med Costume; en blend av geranium, bergamott, lavendel og litt salvie, en roseduft og en variant med furu.

– Den første er balanserende og gir en veldig frisk start på dagen, uten at det blir for mye. Det som er litt interessant, er at geranium er en duft som treffer spesielt de rundt 40 år, altså de som kanskje nærmer seg overgangsalder. Den skjønne grønne energien er noe man plutselig begynner å sette pris på da. Geranium har et rose-, peppermynte-, og sitrusaktig preg over seg, som er optimistisk og distraherende, på en positiv måte, forklarer hun.

– Furu har en helt poetisk energi, føler jeg. Den er lett og optimistisk og samtidig veldig nær og kjær. Det kan være mange minner knyttet til den, så den tar litt grep om sjelen på en måte. Og den får oss til å ville puste dypere og mer, den føles ekspanderende.

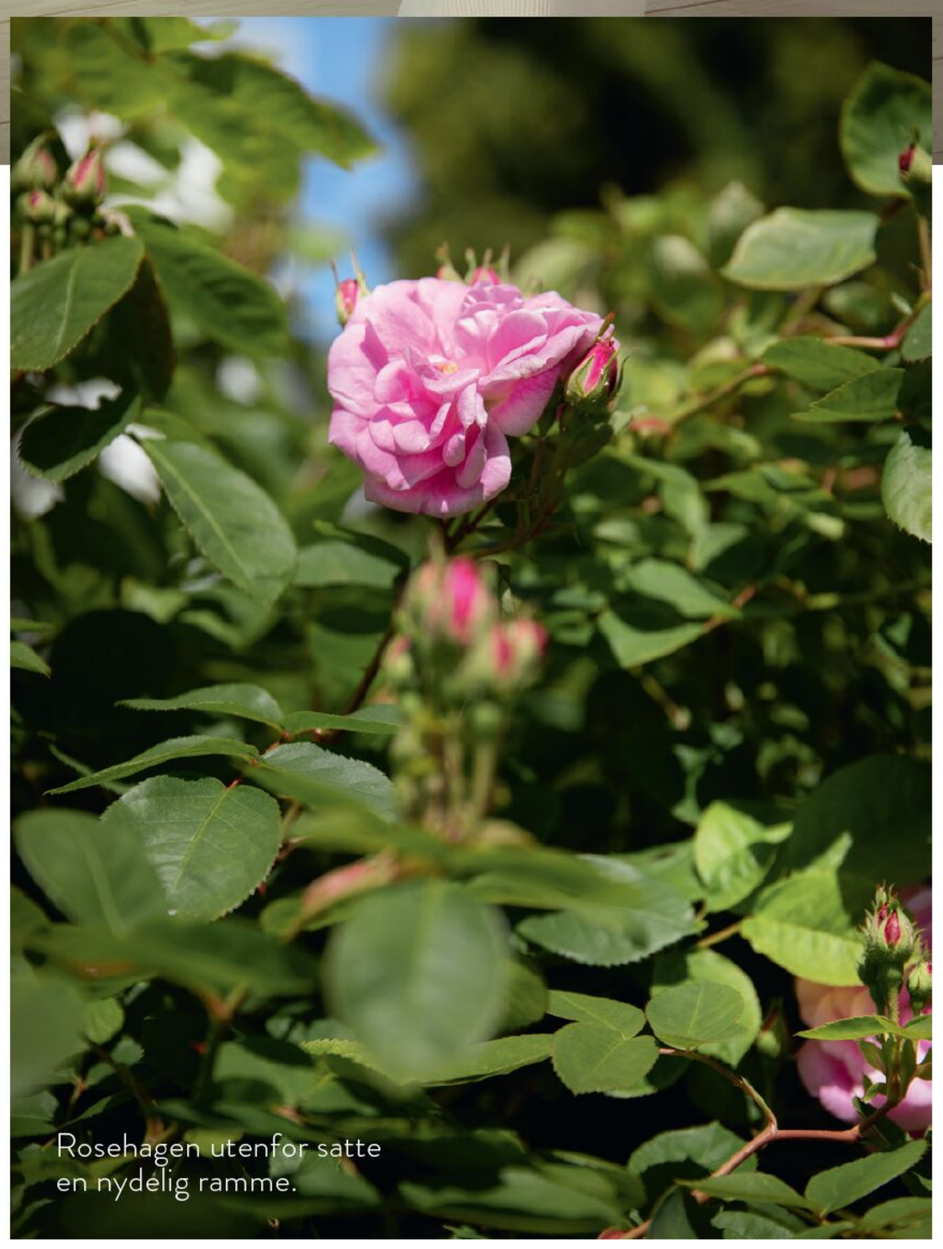
Liggende med lukkede øyne får vi en lett mist av de ulike duftene over oss. Den første tar tankene med til noe grønt og urtete, en busk man spaserer forbi i en gate man ikke pleier å gå i ... Det noe litt

– Duft er noe som får oss til å koble oss på, forklarer parfymøren Rasa Gundersen, og sprayer litt lavendel ut i yoga-studioet.



Sælig furu falt i smak da Costume fikk teste yoga og duft.

«Furu har en helt poetisk energi (...) den får oss til å ville puste dypere og mer, den føles ekspanderende.»



Rosehagen utenfor satte en nydelig ramme.

uangripelig ved den. Kanskje det er alderen, at jeg begynner å nærme meg slutten av 30-årene, og alt det innebærer for en kvinne. Neste duft er rose, ikke den syntetiske og sødmefylte, falske versjonen, men heller slik de dufter på helt nært hold, med mye grønt og nesten salt og mystisk, kompleks og feminint. Den overrasker og skaper nysgjerrighet.

Furuduften er likevel den som treffer sterkest; en følelse av å være barn på en hytte ved sjøen omkranset av store, tunge mørkegrønne trær, barnåler under føttene å skubbe av seg når man kommer over på svaberget. Assosiasjonene var umiddelbart sterke for flere av oss, og etterpå sa alle de følte de ikke lenger lå på en yogamatte, men ble tatt med til helt andre steder.

– Jeg er født og oppvokst i de dype skoger, så furuduften brakte med seg veldig gode minner. Det var desidert min favoritt, forteller Kjerstin Konterud etter timen.

– For meg var det som å bli forflyttet tilbake til barndommen, til de øyeblikkene etter skoletiden der vi fikk leke fritt i skogen, sier Linnea James.

Et zen-preg har lagt seg over ansiktstrekkene, og skuldrene har senket seg noen hakk når vi sier namaste, ruller sammen matter og



Yogainstruktøren Eilin Ma Dalby mener duft har en god effekt i hennes yogatimer.

Fra duftlaboratoriet til Rasa Gundersen, hvor det er naturlige, økologiske rosedufter som står i fokus.





Parfymøren Rasa Gundersen er opprinnelig fransk, men bor og arbeider i Norge med sitt eget parfymemerke.



beveger oss ut. Sommersolen slår mot oss, himmelen er lyseblå. Inspirert av yogalærerens beroligende stemme og varme vesen har vi kommet ned i tempo, og stemmeleiet er lavere hos alle når vi snakker om det vi har opplevd.

NATURENS RO

Skjønnhetsredaktør Silvany Bricen mener velvære er i ferd med å bevege seg mot en mer sanselig nytelse, hvor ingen skal få dårlig samvittighet for å ikke bygger nok muskler, eller sletter alle linjer og rynker.

– Vi trenger å komme nærmere naturens ro og få kontakt med de tankene som er 'jeg'. Mindre stress basert på det å være ytre styrt, mer ro fra vårt indre.

Selv fant hun veien til yogaen tidlig i voksenlivet og fullførte sin yoga teacher training-utdanning for 20 år siden. Siden har det vært et tilbakevendende innslag i livet.

– For meg har yoga alltid handlet om å koble ut og skape avstand til tankekjøret.

Yogasteder som brenner sterke røkelsespinner, opplever hun kun som forstyrrende og distraherende.

– Men at Rasa kombinerer duft og yoga virker helt intuitivt – som om det alltid har hørt sammen. Og det å bruke egenkomponerte, rene ekstrakter føltes mye mer naturlig og gjorde at jeg falt skikkelig til ro i dag.

For dem som ønsker å teste ut duft og yoga hjemme – eller kombinere det med andre treningsformer – er det viktigste å være ærlig med seg selv om hva man trenger, mener Gundersen.

–Har man behov for mer ro eller energi? Å komme opp eller ned i sync? Noen trenger minimalistiske, klassiske avspenningsdufter fra de dype skoger for å roe ned, mens andre må ha sødmefylte dufter for å kunne føle seg avslappet. Ofte kan nettopp det bunne i vår første opplevelse med smak og duft i livet gjennom brystmelk, som smaker og lukter søtt, eller naturens forføring i form av nektar eller honning. Skal man slappe av gjelder det å finne ut hva slags dufter som er en del av det universet du føler deg mest komfortabel i.

– I Norge er det ofte varme dufter som bringer med seg den følelsen, for eksempel kanel og kardemomme. Det minner om vinterstid, glede og kos, så det kan man gjerne bringe inn i praksisen.

Yogalærer Dalby mener det er viktig å sette av tid til små lommer med ro til å bare være i hverdagen.

– Det er viktig å stoppe opp og kjenne etter slik at man kan resette, filtrere ut støy og ta en pause fra autopiloten i hodet. Da kan duft og bevegelse være et fint hjelpemiddel for å bevisstgjøre deg kroppen og hvordan ting faktisk føles her og nå.

Et nytt kapittel

Det var en overraskelse da Clare Waight Keller, den tidligere kreative direktøren for motehuset Givenchy og designeren av Meghan Markles brudekjole, annonserte at hun var den nye kreative direktøren for Uniqlo, som er verdens største kleskjede akkurat nå. Etter et år i stillingen har Costume møtt designeren i Seoul for å snakke om skiftet fra luksusmote til massemarkedet, og hva det har betydd for henne.

AV Anne Christine Persson

I et rått galleri midt i Seouls kunstdistrikt i nærheten av det gamle palasset, lanseres den siste Uniqlo: C-kolleksjonen. Kvinnen bak kolleksjonen er merkets kreative direktør Clare Waight Keller, som med sin bakgrunn fra blant annet motehusene Givenchy og Chloé har satt sitt preg på den internasjonale motescenen. Den ydmyke og talentfulle designeren lister seg forsiktig inn i mengden av internasjonal motepresse, K-popstjerner, influensere og K-dramaskuespillere, som har dukket opp for å se den nye kolleksjonen og forhåpentligvis også se den kjente designeren. Det virker som et nytt kapittel for japanske Uniqlo, som har røtter tilbake til 1984.

Da den engelske stjernedesigneren Clare Waight Keller designet sin første kolleksjon for Uniqlo i 2023, var det ikke første gangen en designer med bakgrunn fra luksusmoten sto bak en av deres kolleksjoner. Uniqlo, som kanskje er mest kjent for sine vatterte jakker og ullgensere av god kvalitet til lave priser, har tidligere samarbeidet med både Jil Sander og Christophe Lemaire. Da samarbeidet med Clare fortsatte utover det ene samarbeidet hun hadde med Uniqlo, og hun ble fast ansatt som kreativ direktør i 2024, var det en overraskelse for mange. I motebransjen er det som regel en tradisjon at designerne arbeider seg oppover rangstigen, der luksusmote og haute couture er på toppen. Men her hadde man altså en designer som startet hos det skotske motemerket Pringle, via suksess i Chloé, for å ende opp i et enda mer luksuriøst motehus hos franske Givenchy, som i mange år har vært et av de mest toneangivende motehusene. Det var også Clare hos Givenchy som skapte Meghan Markles brudekjole da hun giftet seg med prins Harry av England. Da Clare sluttet å jobbe hos Givenchy i 2020, var det ikke mange som hadde gjettet at hennes neste stopp ville bli det japanske motemerket som lager nettopp tidløse garderobeklassikere til fornuftige priser.

SEOUL OG K-POP

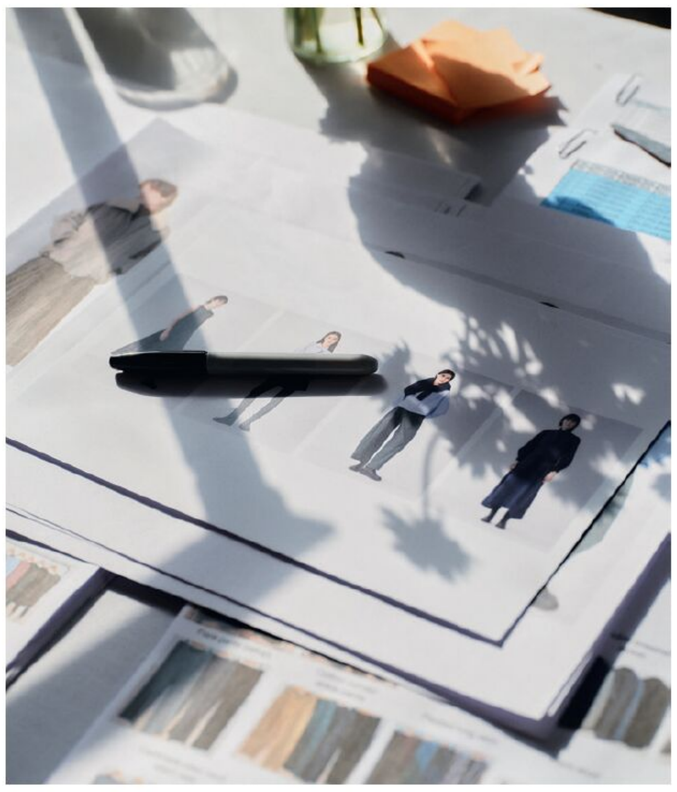
Clare Waight Keller har i sin nye kolleksjon vært inspirert av de mange kreative tingene som skjer i Sør-Korea om dagen. Det er derfor kolleksjonen vises i den sørkoreanske hovedstaden hvor Costume har fått lov til å bli med bak scenen og ta en prat med den ettertraktede designeren. Hun forklarer: «De siste fire-fem årene har jeg vært i Seoul fire, fem ganger, og jeg synes byen er så inspirerende. Innflytelsen fra K-drama, K-pop og K-beauty – det er bare så mange fantastisk sterke måter de fortolker utseendet og stilen sin på, og alt sammen er integrert i en slags verden som påvirker hele Asia. Jeg kommer hit for inspirasjon og research, fordi stilen deres er så karakteristisk.»

Når man går rundt i Seouls mange spennende områder, oppdager man at det helt riktig er en by hvor personlig stil, mote og shopping er en stor del av byens DNA. Mens man snakker om «butikkdøden» i den vestlige verden, investeres det her i elleville butikk-konsepter med robotinstallasjoner, kunst og midlertidige pop-ups i gamle fabrikkområder. Man får en nesten futuristisk fornemmelse når man beveger seg rundt i byens mange kvartaler, som føles så forskjellige fra for eksempel København eller Oslo. Clare utdyper sin fascinasjon for Seoul og den sørkoreanske stilen: «For meg handler det om silhuetten. Det er dét man ser her i Seoul. Når man går rundt i de trendy områdene av byen, som for eksempel i Seongsu-dong, og hvor man ellers finner de kule motebutikkene i byen. Jeg elsker å se utvalget av klær og hvordan de setter plaggene sammen. Det er en helt, helt spesiell stil. Asia er i det hele tatt veldig spennende akkurat nå når det gjelder mote, hvor Sør-Korea spesielt er den ledende nasjonen.»

Uniqlo er ikke like trendbasert som mange av de andre store kleskjedene, så spesielle kolleksjoner har en mindre plass i deres

FOTO PRODUSENTEN







Clare Waight Keller er tidligere kreativ direktør hos det franske motehuset Givenchy. Nå lager hun funksjonelle hverdagsklassikere.



Den nye kolleksjonen er inspirert av de mange kreative tingene som foregår i Sør-Korea om dagen.

CV

Clare Waight Keller, født i 1970 i Birmingham, England.

Gift med arkitekten Philip Keller og har tre barn: tvillingene Charlotte og Amelia samt Harrison.

Hun studerte på Ravensbourne College of Art, og Royal College of Art i London. Karrieren hennes begynte som stylist hos Calvin Klein i New York, etterfulgt av Ralph Lauren og Gucci under Tom Ford.

I 2005 ble hun kreativ direktør for Pringle of Scotland, før hun i 2011 tiltrådte som kreativ direktør hos Chloé i Paris. I 2017 ble hun den første kvinnelige kunstneriske lederen av Givenchy, en stilling hun forlot i 2020.

I 2023 lanserte hun et samarbeid med Uniqlo med kolleksjonen Uniqlo : C, og i 2024 ble hun global kreativ direktør for det japanske klesmerket.





– Jeg synes det er noe moderne og deilig ved å designe noe så demokratisk at alle kan bære det, sier Keller.

sortiment. Likevel har Uniqlo : C-kolleksjonen nå blitt Clares egen signaturkolleksjon, der hun kombinerer noe av det hun er aller best til. Underspilt eleganse, tidløse silhuetter og funksjonalitet – alt utført i materialer av høy kvalitet. «Hos Uniqlo designer jeg til alle. Jeg synes det er noe moderne og deilig med å designe noe så demokratisk at alle kan bære plaggene. Og så kan man alltid style det med sine egne designerplagg. Det er det spesielle med Uniqlo. Kvaliteten er ekstraordinært høy, slik at det lett kan blandes sammen og fungerer alltid bra med det man har i klesskapet fra før. Derfor var jeg allerede en stor fan av merket lenge før jeg samarbeidet med dem. Da jeg spør henne hva som var grunnen til at hun meldte overgang fra fransk luksus til japansk massemote, svarer hun fordi det føles unikt. Hun fortsetter: «Det var også muligheten for å jobbe med et japansk selskap, og så var det hele ideen om å jobbe i Tokyo med en så pass innovativ virksomhet, ikke minst.»

UNISEX-FAKTOREN

Selv om Clare designer kolleksjoner for både menn og kvinner, er noe av det hun liker aller best med Uniqlo deres tidløse plagg, som snakker til alle kjønn på kryss og på tvers. Et bærende element i den nye kolleksjonen var nettopp at den føltes unisex. Hun forklarer: «Jeg synes at dette er en av de viktige tingene, kanskje den viktigste, i mote akkurat nå, som alle overser. Jeg reiser så mange forskjellige steder, både i Asia, USA og i Europa, og generelt ser jeg en form for flytende bevegelse mellom garderobene. Man ser stadig oftere kvinner iført kjempestore herrebukser og hettegensere, og omvendt ser man menn i croppede silhuetter, så jeg opplever at stil og klesplagg er langt mer flytende nå enn noen gang tidligere. Det synes jeg er utrolig interessant, og det er helt klart drevet frem av den yngre generasjonen. For meg mangler det uttrykket i luksusmoten. Jeg kan slett ikke se at det blir avspeilet der. Og derfor tror jeg at vi virkelig pusher på grensene for hvor stilen er på vei hen. Jeg synes Uniqlo har den plattformen til å gjøre det, fordi det er så enkelt å shoppe her. Når du går inn i butikken, behøver du ikke tenke på hvilket kjønn som det og det plagget er tiltenkt. Du tar på og prøver plagget, og hvis du liker det kjøper du det. Og det er nettopp det som er det vakre ved det, at det føles så uanstrengt.

PRAKTISK, MEN STILFULLT

Allikevel er det langt mellom kvinnene i de motehusene som akkurat nå designer klær til kvinner. En rapport fra 2018 laget av konsulentfirmaet McKinsey & Company, viser at kvinner generelt bruker tre ganger så mye penger på klær og også fyller de fleste juniorstillingene i bransjen. Men når man ser på hvem som sitter som kreative direktører i de store motehusene, hvor Clare har jobbet en stor del av livet sitt, så utgjør kvinner kun 24 % av dem som rent faktisk designer luksusklær til kvinner (ifølge Vogue Business Index i 2023). Da vi spør Clare hvordan det føles å være en av svært få kvinner som gjør en forskjell i bransjen. svarer hun: «Jeg føler meg alene! Det er en skikkelig viktig rolle, særlig hos Uniqlo, hvor jeg kan nå ut til så mange kvinner. For meg har det blitt et av mine prosjekter: å bringe god stil og all min designutdanning og erfaring inn i de klærne jeg designer for Uniqlo. Å skyve på grensene for de silhuettene og gjøre dem nye og moderne, men fortsatt veldig lette å bære på kroppen. Og jeg synes at kvinner i dag mer enn noen gang før i historien skal sjonglere så mange utfordringer mellom liv, jobb og familie. Man vil ha en enkel garderobe, noe man enkelt tar på seg, men som man også lett kan vaske, reise i og hente i barnehagen med. Det skal være praktisk, men samtidig stilfullt. Og det er for meg der moderne kvinners garderobe er i dag.»

Jobben hos Uniqlo gir henne en større fleksibilitet enn de rollene hun har hatt tidligere. Antallet årlige kolleksjoner er færre og gir et mindre arbeidspress på en kreativ direktør som har en global virksomhet med over 2500 butikker rundt omkring i verden. Selve





Britiske Clare Waight Keller gikk fra fransk luksusmote til japansk massemote – og elsker det.

«Jeg føler meg alene! Det er en skikkelig viktig rolle, særlig hos Uniqlo, hvor jeg kan nå ut til så mange kvinner.»

den kreative arbeidsprosessen varierer ikke så mye fra luksusmote til massemote når det gjelder å finne inspirasjon, fargeskalaer, konstruksjon av plagg og fittinger av klærne, men Clares utfordring er kanskje kunsten å begrense seg. Selv om Uniqlo omsetter for over 18 milliarder dollar i året, er konseptet deres mindre trendbasert og mer fokusert. Hun forklarer: «For meg handler det alltid om utvelgelsen. Jeg designer alltid mer enn det vi skal bruke i kolleksjonen. Når vi nærmer oss sluttpunktet for designprosessen, presenterer vi kolleksjonen for alle innkjøperne fra butikkene rundt omkring i verden, og så skal vi foreta en utvelgelse. De sier for eksempel: `Du kan bare ha fire jakker, ikke fem eller seks´, og så må jeg velge hvilke jeg mener er de viktigste og mest sentrale plaggene av dem jeg har designet. Noen ganger føler jeg at jeg mister en viktig del av kolleksjonen, men da tar jeg det heller med til den neste kolleksjonen hvis jeg virkelig liker det og vil videreutvikle det. Men frustrasjonen er alltid at jeg kun kan jobbe med noen begrensede antall plagg, og det er nesten halvparten av det jeg pleide lage i Paris.»

JAPANSK FILOSOFI

Det er fort gjort å tenke at selv om den kreative prosessen er ganske lik som hos et fransk motehus, så må nødvendigvis den store prisforskjellen gjøre en forskjell når det kommer til kreative visjoner, kvalitet og materialer. «Det jeg elsker med Uniqlo er blandingen av å balansere kommersiell levedyktighet med mine kreative visjoner. Jeg ser ikke den lave prisen på produktene til Uniqlo som en hindring, og det skyldes blant annet deres gode relasjoner med stoffleverandørene som betyr at jeg jobber med materialer av utrolig høy pris – som likevel kan tilbys med tilgjengelige priser. Den japanske filosofien om å minimere og skape det vakreste og mest perfekte klesplagget, gjør det enda mer ettertraktet, og jeg tror også at det gir en mer bærekraftig garderobe i sum. At man faktisk kan bruke plaggene i flere år, fordi de er så vakre og enkle, og passer til alt.»

Clare Waight Kellers imponerende karriere viser tydelig at hun er en ambisiøs og målrettet kvinne. Hva er hennes egne ambisjoner for Uniqlo? «Jeg vil gjerne bruke mer tid på teknologien, fordi noe av det vi driver med tar to år å utvikle. Så vil jeg også gjerne utforske naturlige fibre mer, og finne ut hvordan vi kan inkorporere flere av dem. Vi forsøker hele tiden å gjøre klærne mer bærekraftige, spesielt med puffertech, der fibrene kan gjenbrukes. Det betyr at hvis man kjøper et klesplagg og det går i stykker tre år senere, så kan man ta med plagget tilbake til oss. Da gjenbruker vi det, tar alle fibre og alle stoffene og gjenbruker det fullstendig i et helt nytt plagg. Det er helt klart en av mine største ambisjoner. Å lage mer sirkulære produkter,» sier Clare før samtalen vår avbrytes av hennes PR-manager som trekker henne videre til neste avtale.

I Forio kan du besøke en av de mange parkene med termiske bad som heter Giardini Terme Poseidon.

ISCHIA

Den lille øya i Napolibukten er det perfekte reisemålet hvis du vil ha en pause fra den travle hverdagen, og stedet gir uttrykket «La Dolce far Niente» en helt ny betydning. Øya var også en av de viktigste locations i filmen *Den talentfulle Mr.Ripley*, og etter to uker på øya kan moteassistenten Maria Luiza veldig godt forstå hvorfor. Her gir hun sine beste anbefalinger til en av Middelhavets chiceste destinasjoner.

AV Maria Luiza Mariete Koch



Det er en god idé å leie en Vespa.

Den billedskjønne byen Sant `Angelo byr på unike butikker, en vakker strand og gode kulinariske opplevelser.



– Jeg drømmer om en fremtid der jeg våkner hver dag i et kjempestort renessanseslott. Siden det er en drøm som aldri kommer til å manifestere seg i det virkelige liv, må jeg slå meg til ro med å bo i mindre ekstraordinære boliger når jeg er på ferie. På Ischia er det mange hoteller og villaer som passer inn i min prinsessedrøm. To av favorittene er det eksklusive Hotel Mezzaforte som ligger i nærheten av Forio, og det luksuriøse og tilbaketrukne hotellet Miramare Sea Resort&Spa som ligger i Serrara Fontana og byr på en helt fantastisk utsikt.

CASAMICCIOLA TERME

– Vi bodde i Casamicciola Terme, som er en perfekt by hvis du har lyst til å feriere som en ekte italiener. Byen er kjent for sine termiske bad, og er et lokalsamfunn der innbyggerne verner om sine tradisjoner. På restauranten Zelluso føles det som om du er på middag hjemme hos en italiensk «nonna». Kanin er en spesialitet på menyen her på øya, så jeg anbefaler at du bestiller restaurantens gnocchi med kanin. Den er guddommelig! Pst! Det er en god idé å leie en Vespa, så kan du lettere komme deg rundt og se alt som øya har å by på.

ISCHIA PORTO

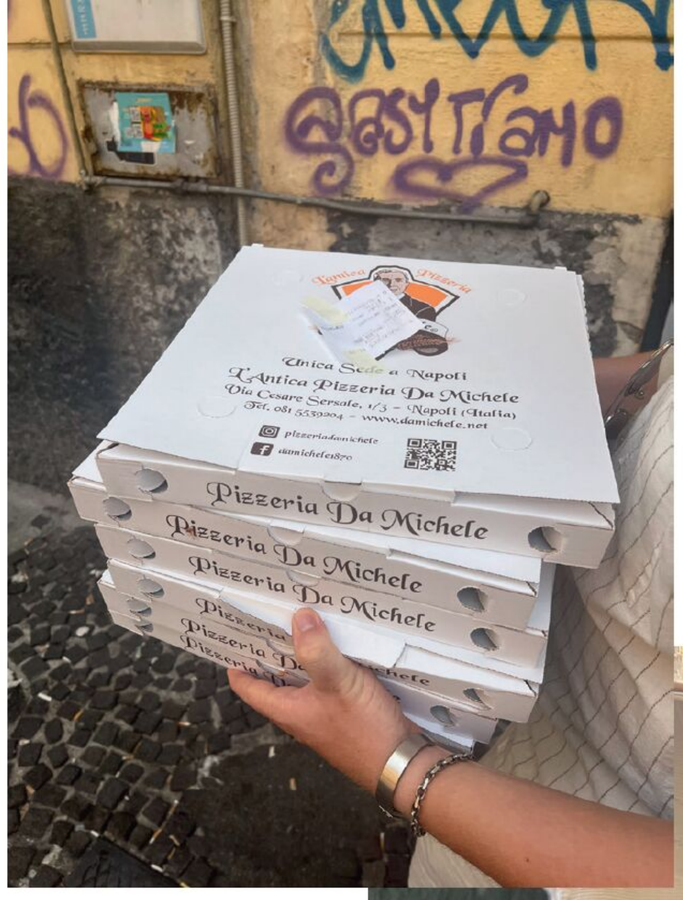
– Ved øyas største havn finner du en livlig oase med unike shoppingmuligheter og gode restauranter. Her ligger også den fabelaktige multi-brand-butikken Grifo 210, som har et utsøkt utvalg av designvarer. Butikken ligger langs en gate med mange andre spennende butikker, hvor det finnes noe for enhver smak.

CASTELLO ARAGONESE

– Nær Ischia Porto ligger et slott plassert oppå en vulkansk klippeøy. Slottet dateres helt tilbake til år 474 før vår tidsregning, og er siden den gang blitt brukt som festning, kloster og fengsel – med et grusomt torturkammer. I dag er slottet en turistattraksjon, og vi brukte et par timer på å utforske dets mange forskjellige deler.

FOTO PRIVAT





– Ikke gå glipp av *L´Antica Pizzeria Da Michele*, hvor jeg fikk mitt livs beste pizza.





Costumes moteassistent Maria Luzia ble forelsket i Ischia.

Øverst i slottet finner du den intime restauranten Il Monastero, hvor det kun er adgang for dem som har reservert på forhånd. Restauranten Cocò Mare er en mer tilgjengelig mulighet, og deres pasta pomodoro er en stor hit på menyen. Et enda større pluss er restaurantens utsikt over det vakre slottet.

SANT'ANGELO

– Den billedskjønne byen Sant´Angelo byr på unike butikker, en vakker strand og gode kulinariske opplevelser. Jeg koste meg med å svømme rundt blant fiskene i det deilige vannet, kun avbrutt av korte pauser for å slikke sol på stranden. Hopp rett fra stranden og inn på restauranten Dal Pescatore og spis lunsjen der. De serverer blant annet en fabelaktig rødspette og lokal ischiansk vin. Om kvelden vil jeg anbefale Ristorante Deus Neptunus, hvor du kan sitte med en panoramautsikt over Sant ´Angelo og nyte tortellini med ricotta og tomat. På restauranten får du selskap av kokkens kjæledyr Nemo, en stor måke som etter sine daglige flyturer kommer innom restauranten for å få sardiner av kokken. Hvis dere har vært særskilt snille gjester, som vårt selskap tydeligvis hadde, så kan du få lov til å være med på å mate Nemo.

VINSMAKING

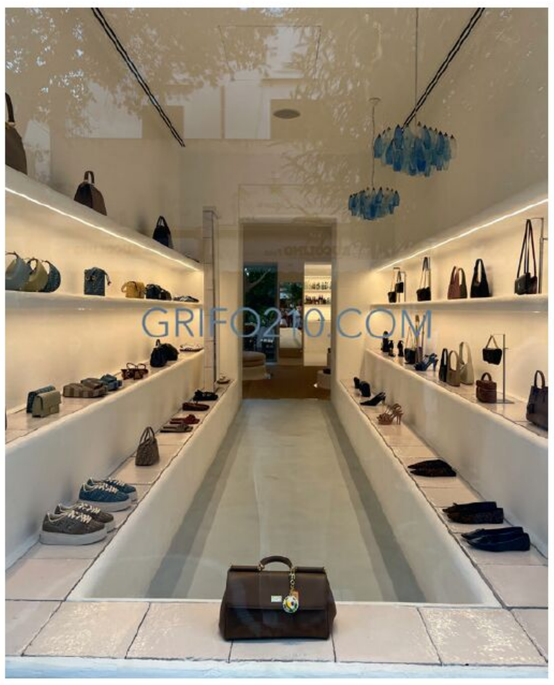
– Før Ischia begynte å livnære seg av turismen, var den store pengemaskinen deres vinproduksjonen. Jeg besøkte vingården Cenatiempo Vini D`Ischia, som ligger nær Sant`Angelo i Serrara Fontana, for å få en omvisning og smake på vinen. Under omvisningen forteller den sjarmerende Federica om vingårdens historie som går tilbake til det attende århundre. Her lærte vi om antikke vinproduksjonsteknikker i kontrast til dagens moderne drift, og fikk med en masse morsomme anekdoter på veien.

FORIO

– I øyas nest største havneby, Forio, kan du besøke en av de mange parkene med termiske bad, som heter Giardini Terme Poseidon. Ved inngangen kjøper du en felles billett som gir deg adgang til alle parkens 16 ulike termiske bad, samt den private stranden. Når sulten melder sin ankomst, blir du nødt til å spise på Ristorante Cantine Pietratorcia. De serverer en upåklagelig ferskfanget fisk



På restauranten Zelluso føles det som om du er på middag hjemme hos en italiensk «nonna» – altså bestemor.



Grifo 210 i Ischia Porto har et utsøkt utvalg av designvarer.



Capri har vært en favoritt blant turister i århundrer på grunn av de spesielt fine strendene.

med deilig tilbehør, og alle rettene deres er laget av lokale råvarer – mange av dem dyrket på egen mark.

DAGSUTFLUKT TIL NAPOLI

– På turen min til Ischia ble jeg også forelsket i Napoli. Vi bestemte oss for å bruke tre dager i Napoli på slutten av reisen, og det kan helt klart anbefales. En av dagene leide vi en lokal guide som lærte oss om napolitansk kultur og historie, noe som var veldig spennende og lærerikt og en av grunnene til at jeg ble så glad i Napoli. En tur til Napoli uten å spise pizza er utilgivelig, og burde straffes med evig innesperring i Castello Arrangones fangekjeller. Du må ikke gå glipp av et besøk til L`Antica Pizzeria Da Michele, hvor jeg fikk smake mitt livs beste pizza noensinne. Det var i sannhet en spirituell opplevelse! I filmen *Eat, Pray, Love* sitter Julia Roberts og spiser pizza på akkurat samme restaurant, og flere overtalelser trenger du vel ikke?

DAGSUTFLUKT TIL POMPEII

– Kun en halvtimes kjøretur utenfor Napoli ligger den arkeologiske byen Pompeii. Byen ble begravet av et vulkanutbrudd fra vulkanen Vesuv i år 79. Den vulkanske asken gjorde at byen i dag er den kanskje best bevarte antikke byen i hele Europa. Vi betalte en privat guide for å vise oss rundt, og utforsket blant annet antikke villaer med vakre fresker på veggene, vi så også på en kjempestor badeanstalt og et bakeri. Du kan også svippe innom det antikke bordellet, som gir et snodig innblikk. Her finner du for eksempel noen godt bevarte veggmalerier med bordellets «meny» over de ulike tjenestene de tilbød den gangen.

DAGSUTFLUKT TIL CAPRI

– Øya Capri trenger vel ikke noen spesiell introduksjon, berømt som den er! Capri har vært et kjært reisemål for turister i århundrer på grunn av de svært fine strendene, og i moderne tid de velassorterte butikkene og de eksklusive strandklubbene. De italienske turistene foretrekker som regel å holde seg til byen Anacapri, som gir en mer autentisk ferieopplevelse enn selve byen Capri. Jeg anbefaler at du tilbringer dagen på stranden Gradola, før du hopper på bussen til Villa San Michele og avslutter dagen med en spasertur i deres vakre hage.


dyson

COSTUME

CATWALK-SPESIAL

HØST/VINTER 2025-26

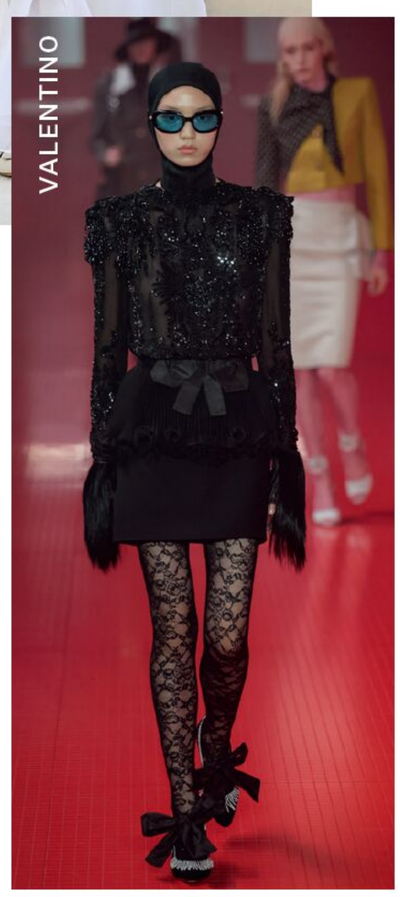
En motehøst som vekker følelser


SAINT LAURENT


CHLOÉ


DIOR


GIAMBATTISTA VALLI


VALENTINO


CHANEL

Høsten banker på døren, og med den kommer en ny bølge av kolleksjoner – et friskt pust av teksturer, farger og silhuetter. Komfort møter karakter, og det klassiske får selskap av det eksperimentelle – nå ser det nemlig ut som at designerne er inspirert av teaterscenen – ikke bare i form, men også i følelse. Denne sesongen handler nemlig moten om noe mer. Det handler om å uttrykke noe større: fortelling, følelser og identitet, du skal rett og slett skape ditt eget statement og skille deg ut. Spesielt bemerkelsesverdig er Alessandro Micheles første kolleksjon for Valentino – en nytolkning av teaterromantikk med maksimalistiske utsmykninger. Jeg ble også imponert over Chemena Kamalis personlige vri på motehuset Chloes bohemske arv. Hos Dior avslutter Maria Grazia Chiuri sin tid som kreativ leder med en kolleksjon kalt *Once Upon a Time*, der overdrevne krager, kapper og fjær svever over catwalken, mens Chanels kolleksjon før Matthieu Blazys inntreden er dekorert med klovnekrager og store sløyfer – som en hyllest til haute couture-historien og det teatralske i hverdagen. Feminitet får en ny styrke gjennom proporsjoner som skaper en balanse mellom volum og struktur: Fra 80-tallsinspirerte skulderputer hos Saint Laurent til kraftige fargeeksplosjoner og interessante detaljer. Det handler ikke bare om stil, men om å tørre – å vise hvem man er, uten kompromiss. Skinnfrakken gjør et sterkt comeback, den oversizede strikken får et mer raffinert snitt – se bare på MaxMara og deres store skjerf. Elegante, mellomstore vesker, store belter og kraftige støvletter som når godt over kneet, er sesongens nøkkeltilbehør. Dette er en høst for kreativ styling, der lag-på-lag ikke bare varmer – det uttrykker.

I vårt eksklusive catwalkbilag kan du bla deg gjennom tonnevis av inspirasjon og lesestoff. Ingen høstlook er komplett uten riktige accessories – seks kule it-girls forteller hvordan de setter sammen tilbehøret med sin personlige signatur. Se våre nye favorittvesker, fremtidens ikoner og redaksjonens beste minner fra moteukene i Paris, Milano, Oslo og København.

God motehøst!

Sonia Uppal

Sonia Uppal, moteredaktør


JANNE RUGLAND OG ANNA STOKLAND


dyson



Fall Favourites

Vi elsker høstens bugnede catwalk med chic og kul mote. Løft din egen garderobe med en fargerik veske, noen elegante støvletter eller en skulpturell kåpe. Vi har spurt noen av motebransjens insidere hva deres beste tips til en kul og oppdatert look er.

AV Christian Hansen



– Denne høsten gleder jeg meg mest til å gå med kåper og jakker igjen. Her er jeg i et sett fra New Arrivals, veske fra Concept, smykker fra Sif Jakobs, solbriller fra Past Midnight og klokke fra Omega.

MOTEPROFILEN

Nina Sandbech

Costume Awards-vinner Nina (36 år) bor i Oslo og jobber som moteinfluenser over hele verden. Hun skiller seg ut med en stil som er både elegant og eksperimenterende.



– Jeg synes Bottega Veneta virkelig gjør det bra på solbrillefronten. Disse er mine favoritter nå.
BOTTEGA VENETA solbriller, 4 095 kr.



– Jeg har alltid drømt om Khaite sine Davis Boots. De har alt, både fasongen med den spisse tuppen og hælhøyden er perfekt. Ønsker meg dem både i svart og snake.
KHAITE støvletter, 20 500 kr.



– Jeg synes det er så fint med små dameklokker – og så har jeg alltid drømt om Baignoire de Cartier. Den er som et lite smykke.
CARTIER Baignoire de Cartier, 108 100 kr.



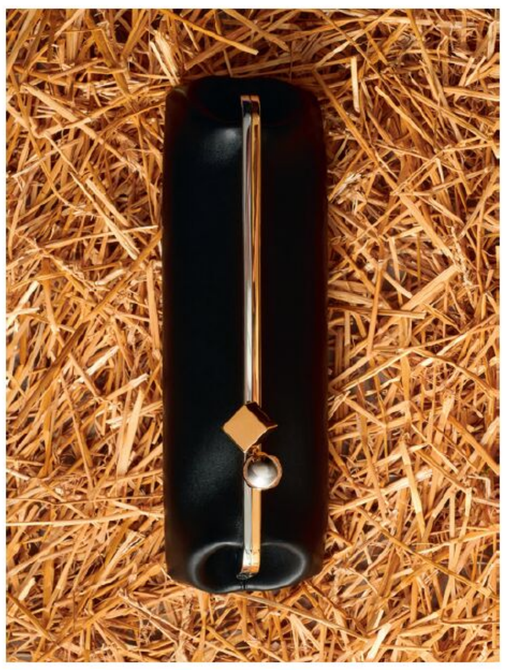
– Jeg mangler virkelig et par høye sko, som jeg orker å ha på meg i mer enn 15 minutter. Denne sesongen er jeg besatt av detaljer med sebra eller leopard.
JIMMY CHOO pumps, 11 760 kr.



– Jeg elsker stylingen til Saint Laurents catwalkshow med store vintageinspirerte øredobber og mange cuffs, bangles og armbånd i gull.
SAINT LAURENT øredobber, 9 400 kr.



– Denne sesongen har jeg lyst til å gå med kappe, poncho eller et stort sjal hengende over skuldrene. Det gir nytt liv til en enkel kåpe. Og så vil jeg style med hatt. Jeg er obsessed med hatter for tiden!
RUSLAN BAGINSKIY hatt, 4 499 kr.



– Den nye clutchen fra Jacquemus er så fin. Jeg synes den er både elegant og edgy. Og så elsker jeg at låsen har gull på den ene siden og sølv på andre.
JACQUEMUS The Salon Clutch, 15 000 kr.



VICTORIA BECKHAM
21:50 Rêverie
100 ml, 3 000 kr.



– Endelig litt farger igjen. Jeg elsker denne silhuetten hos Saint Laurent – jeg får aldri nok av *bold* shoulders. Og så synes jeg at stylingen med skinnhansker og store vintageinspirerte øredobber er helt perfekt for høstens vibe.

FOTO ANNA STOKLAND, PRIVAT & PRODUSENTENE


SAINT LAURENT



DESIGNEREN

Celine Aagaard

Celine (49 år) er grunnlegger og kreativ direktør hos Envelope1976, et norsk motehus som er elsket over hele verden. Hun har tidligere vært influenser og redaktør, og har en trofast følgerskare på Instagram som beundrer hennes kompromissløse, kule stil.



– Jeg elsker å style plagg med mine vintage smykker, gjerne sølv og gull sammen, og akkurat nå bruker jeg en medaljong jeg er veldig glad i. Jeg har også Mini Maillon Pendant fra Hermès på ønskelisten og Chaine Dance Bracelet.
HERMÈS Chaine d'Ancre-armbånd, 3 600 kr.

– Jeg ser alltid ut som et pakkesel og har flere store vesker i bruk samtidig. Min favoritt er Cabin-vesken fra eget merke, som vi har lagd i glatt svart skinn og i leopardprintet ponny.
ENVELOPE1976 Cabin bag, 4 700 kr.





BOTTEGA VENETA
støvletter, 14 800 kr.

– For meg er Jouvette bag fra the Row den ultimate festvesken. Det er kanskje ikke en typisk festveske, men jeg kan ikke ha for liten veske, da jeg alltid har med meg mye – også på fest. Bare nøkkelknippet mitt ligner en vaktmesters og trenger space.
THE ROW Jouvette-veske, 30 700 kr.





– Cartier Tank Must Watch Large. Jeg har en liten med jubileumslenke, men denne er så fin – en klassiker som er clean og går til alt.
CARTIER Tank Must-ur, 70 400 kr.

– Jeg elsker duftene fra de norske duftmerkene Son Vernin og Malbrum. Jeg liker litt maskuline dufter – dufter med signatur som er spennende og for all del ikke søte.
SON VENÏN Santal Super 50 ml, 1 875 kr.





TOM FORD solbriller, 4 100 kr.



FOTO TONJE GULBÆK, ANNA STOKLAND & PRODUSENTENE



SHOW-PRODUSENTEN

Anne Sofie Dejgaard

Fie (41 år) produserer events og moteshow hos Patriksson Group. Tidligere bodde hun i New York, hvor hun jobbet for det toneangivende kreative byrået Bureau Betak. Her var hun blant annet med på å produsere show for store motehus som The Row, Dior, Saint Laurent og Rodarte

– Jeg elsker at den har både varme og edge. For meg er ikke en duft bare en duft, men en måte å skille seg ut på og uttrykke noe personlig.
BYREDO Alto Astral 100 ml, 2 800 kr.





– Jeg drømmer om et par vintage Air Jordans. De har en ikonisk status.
NIKE Air Jordan, 2 400 kr.



PRADA solbriller, 4 800 kr.·



– Jeg har en stor svakhet for smykker, det er nok det jeg elsker aller mest å samle på. Det startet med noen smykker jeg fikk av min farmor, som nok er den jeg har arvet kjærligheten for smykker fra. Jeg har alltid blitt kalt familiens skjære helt siden jeg var liten.
REBECCA PINTO ring, 11 250 kr.

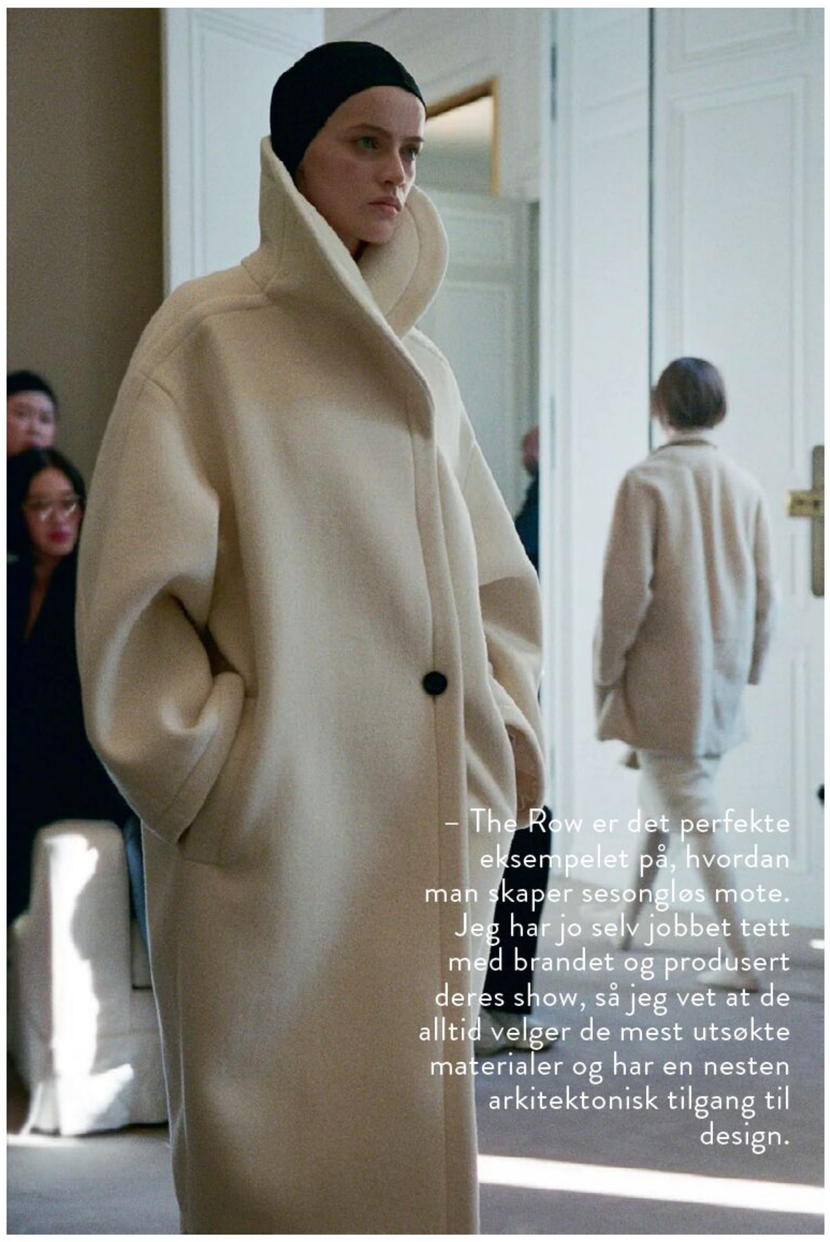




– Jeg vil style den med en enkel svart kjole og en masse av mine elskede smykker, så vesken kan være den morsomme, men sofistikerte tvisten. For meg handler en festveske ofte om å tilføye personlighet til et antrekk, ikke glam.
POLÈNE veske, 4 489 kr.



– Jeg har altid elsket Hermès-skjerf, spesielt etter at jeg gjorde et show for dem i New York, hvor vi fikk et av de ikoniske skjerfene som gave.
HERMÈS bandana, 3 100 kr.



– Jeg kan faktisk danse i disse hele kvelden. For meg er det viktig at festklær ikke føles som en maske, men som en forlengelse av min egen stil.
PRADA slingbacks, 11 900 kr.



FOTO PRODUSENTENE & PRIVAT



STYLISTEN

Anja Camilla Alajdi

Anja (53 år) er smykkedesigner hos Dulong og stylist – blant annet for dronning Mary. Privat danner hun par med Torleif Hoppe, som er manusforfatter, og hun har to voksne barn fra et tidligere ekteskap.

– Jeg er besatt av 'MM tabi split toe-universet', som man kan kalle det nå. Jeg tenker et par flate sko i denne lekre beige/karamell snart finner veien til skosamlingen min, som ærlig talt allerede er litt for stor.
MAISON MARGIELA
Tabi-ballerinasko,
8 815 kr.



– Gull, perler og edelstener har vært en del av mitt profesjonelle virke i over 20 år som smykkedesigner. Cassiopeia-øreringene er designet i anledning vårt 20- årsjubileum hos Dulong.
DULONG Cassiopeia-øreringer, 94 300 kr.



PRADA støvler,
18 900 kr.





– De italienske håndlagde solbriller fra Persol er klassiske og vakre. Jeg faller for følelsen av kvalitet når man klapper stengene sammen ... lyden og overflaten.
PERSOL solbriller, 4 200 kr.



– Denne skjønne vesken fra Anya Hindmarch minner meg om ferie, overblikk og orden – og så liker jeg at den er uhøytidelig.
ANYA HINDMARCH Holiday Tote,
12 900.



– Der må gjerne være noe ekstra når det er fest. Så en vintage-veske som den litt *over the top* Sylvie fra Gucci med broderier og gulldetaljer er fab til en stilig smoking. Jeg liker å jakte vintage-skatter.
GUCCI veske hos Vestiaire Collective, 19 300 kr.



MAISON CRIVELLI Safran Secret 50 ml, 2 750 kr.



– Tank-klokken er en evig klassiker. Jeg drømmer om en i gull med den legendariske blå safiren på kronen og en svart krokodillereim.
CARTIER
Tank Louis
Cartier, 104 700 kr.



FOTO KAREN ROSETZSKY & PRODUSENTENE



– Smykkene mine fra Lamsat Jewels er custom made med sitater på arabisk. Designeren sa: 'They were inspired by you – by your beauty, your style and elegance', og sitatet er 'Be beautiful in everything'. For meg handler mote alltid om mer enn klær – det er et språk, en måte å uttrykke seg på. Når jeg kler meg, er det ikke bare estetikk, men også en følelse av identitet og styrke jeg tar med meg ut i verden.

MODELLEN
Kawi S.

Kawi S. (25 år) jobber som modell, blant annet for Costume, og bruker mye tid på å lage moteinnhold på Instagram. Hun har et litt ambivalent forhold til høst og vinter.

– Jeg elsker unike smykker, spesielt store statement-øredobber. Denne sesongen er det smykkene fra Schiaparelli som virkelig stjeler showet for meg.
SCHIAPARELLI øredobber, 29 100 kr.

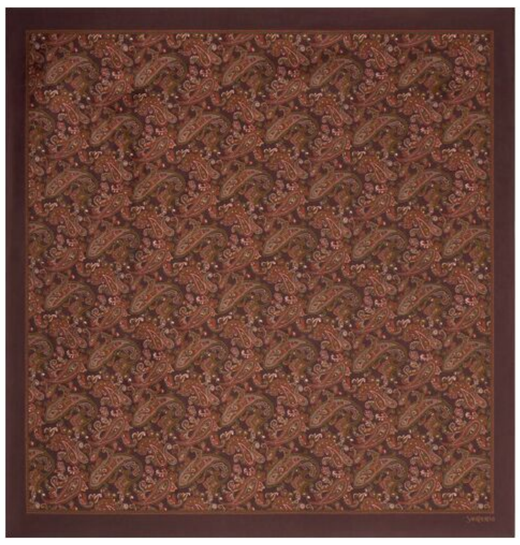


– Jeg elsker den tidløse kombinasjonen av eleganse og klassisk design. Jeg forestiller meg allerede hvordan denne klokken kan gå i arv gjennom generasjoner.
CHANEL Première Édition Originale, 78 200 kr.





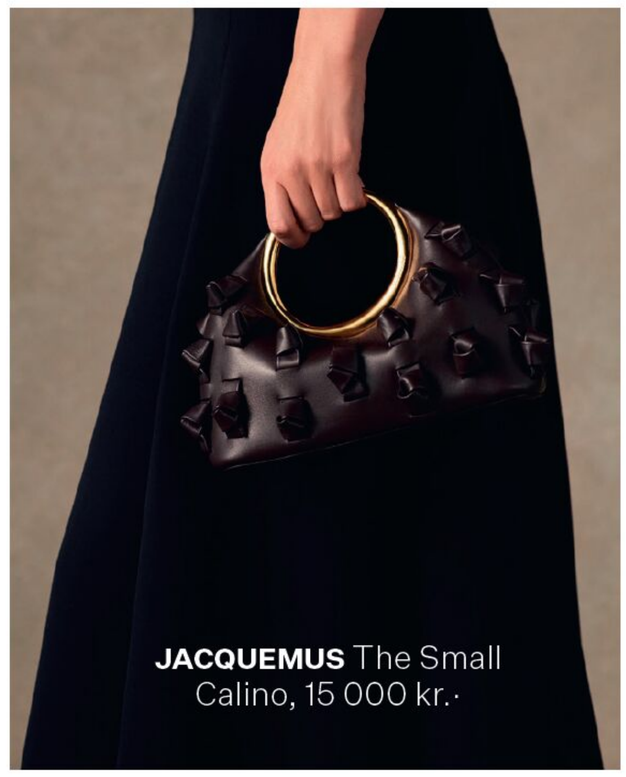
– Solbriller er 'the love of my life'. Jeg bruker dem hele tiden – uansett sesong og vær. Denne høsten tenker jeg stort, dramatisk og oversized. Dette er solbriller, som virkelig kan løfte et antrekk.
BALMAIN solbriller, 17 000 kr.



– De fleste av mine hijaber er enkle og i nøytrale farger, men i det siste har jeg fått lyst til å utforske mer mønster også.
SAINT LAURENT skjerf, 4 800 kr.

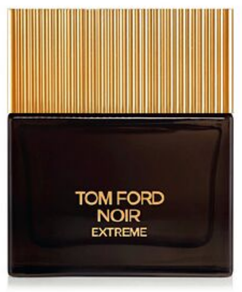


– Max Mara imponerer meg med rolig eleganse: klassiske snitt, luksuriøse materialer og en fargepalett som er helt on point. Det jeg liker aller best ved kolleksjonen, er at den er både modig og elegant. Den perfekte balansen for meg.





– Disse passer utrolig godt inn i garderoben min, og det er faktisk akkurat den type støvletter jeg ender med å bruke nesten hele året. Jeg elsker de gylne detaljene på hælen og rundt ankelen.
TOM FORD ankelstøvletter, 22 800 kr.



TOM FORD Noir Extreme 50 ml, 1 800 kr.



– Materialene og kvaliteten gjør at den bare blir finere med tiden – og designet er så klassisk at den lett kan bli en vintage-skatt jeg vil kunne ha glede av i mange år.
RALPH LAUREN The Ralph Calfskin Tote, 43 780 kr.

FOTO ANNA STOKLAND, PRODUSENTENE & PRIVAT



MAKEUP-ARTISTEN

Linda Wickmann

Linda (49 år) ble utdannet som makeup-artist i London på slutten av 90-tallet. Hun jobber med celebrities og er fast bidragsyter for Costume – og så har hun nettopp lansert sin egen kolleksjon med makeup-koster under navnet LW Brushes.



– Jeg vet ikke hvor mange Celine-solbriller jeg har – men de her er øverst på ønskelisten akkurat nå. Jeg elsker at de har en litt mer edgy form enn den typiske 'cat eye'-formen.
CELINE solbriller, 5 000 kr.



– Til hverdag bruker jeg alltid maskara. Med denne fra Isamaya kan man lett legge et tynt naturlig lag – eller bygge den opp til mega-volum.
ISAMAYA Growth-Boosting Clump-Free Mascara, 320 kr.

– Når jeg skal ut og spise eller møte med en venninne til et glass vin, går jeg som regel i svart – men elsker å style med skinnende accessoirer. Jeg har altid likt å mikse gull og sølv … enten det er smykker eller tilbehør.
JACQUEMUS clutch, 11 000 kr.



– Jeg kan simpelthen ikke lenger løpe rundt i høye hæler som jeg gjorde da jeg var i 20- og 30-årene. Disse er perfekt.
PARIS TEXAS slingbacks, 9 100 kr.





MARIA BLACK ear cuff, 700 kr.





– Disse støvlettene fra Jimmy Choo er så utrolig fab! Jeg er veldig glad i støvletter som er høye og smale. Dessuten synes jeg detaljene og høyden på hælen er perfekt her.
JIMMY CHOO Alizza Boot, 16 000 kr.



–Jeg ønsker meg Balenciagas store, romslige veske. Fargen er så fin, og jeg vil få plass til laptopen min og alle de andre tingene jeg trenger i min travle hverdag.
BALENCIAGA Bel Air-veske, 54 600 kr.

FOTO OLE MARTIN HALVORSEN, ANNA STOCKLAND & PRODUSENTENE



SMYKKEDESIGNEREN

Sofia Lynggaard Normann

Sofia (28 år) er smykkedesigner for merket bestefaren hennes grunnla, og hennes mor nå er kreativ direktør for. Sofias smykker har fått ikonstatus hos en yngre kundegruppe.



– Mismo er et kvalitetsbrand som skaper de kuleste reise-, weekend- og jobbveskene.
MISMO veske, 5 000 kr.



– BoHo-ringen med rutilkvarts og grønn turmalin fra Ole Lynggaard Copenhagen er så vakker – og dens gylne nyanser fanger årstidens varme farger, så den vil passe til ethvert høstantrekk.
OLE LYNGGAARD COPENHAGEN ring, 152 000 kr.



– Blundstone er en klassisk høstsko for meg. Personlig går jeg med dem hele året, og de kan dresses opp og ned.
BLUNDSTONE
Chelsea Boots, 2 900 kr.



– Et Cape Cod-ur fra Hermès står høyt på min ønskeliste. Det er vakkert og tidløst og går godt sammen med armbånd. Jeg liker å stacke og kombinere mine armbånd på forskjellige måter for å skape mitt eget uttrykk.
HERMÈS Cape Cod-ur, 34 600 kr.





AIAYU skjerf, 2 300 kr.



ZIMMERMANN solbriller, 3 100 kr.





– Jeg finner alltid et par fine pensko hos Søstjernen på Østerbro – jeg tenker det kan være fint til høsten med en klassisk Mary Jane-versjon som går til alt.
FLABELUS Mary Jane-sko, 1 450 kr.

FOTO COPENHAGEN FASHION WEEK, PRIVAT & PRODUSENTNE



dyson

Din nye dinner date

Du er sikkert allerede på fornavn med Kelly, Alma og Boy – de ikoniske veskene fra Hermès, Louis Vuitton og Chanel. Vi har valgt å ta med åtte nye favorittvesker på åtte spisesteder vi elsker i København … hvor du nå kan booke bord til to: deg selv og din nye *arm candy*.

FOTO Madeleine Carstensen STYLING Christian Hansen

Bar Amore, Gl. Kongevej 74D, 1850 Frederiksberg
Italiensk family style ved langbord med hjertevarme.
BALENCIAGA Rodeo, 35 700 kr.



Autopoul, Hejrevej 31, 2400 København NV
Vidunderlig vin, sangriakarafler og lekre snacks med sterk lokal identitet.
BOTTEGA VENETA Andiamo, 83 700 kr.



Locale 21, Ny Østergade 21, 1101 København K
Det beste fra det italienske kjøkken servert med varme og sjarm.
LOUIS VUITTON Express, 46 600 kr.



Amator, Nordre Frihavnsgade 7, 2100 København Ø
Familiær atmosfære og byens beste omelett med sesongens touch som tilbehør.
CHANEL Flapbag, 78 600 kr.



Osteria 16, Sønder Boulevard 54, 1720 København V
Samme italienske meny til hele restauranten med sesongens beste råvarer.
DIOR D-Journey, 46 600 kr.



Bar Vitrine, Møntergade 5, 1116 København K
Byens hotteste vinbar med deilige latinamerikanske småretter.
HERMÈS Bridon, 141 000 kr.

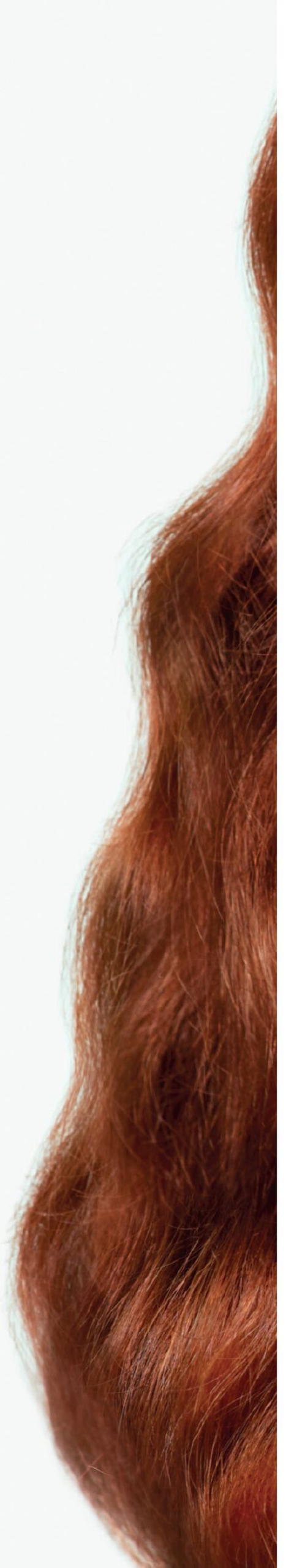


Bar Moro, Blegdamsvej 36, 2200 København N
Bar, café og sprudlende middelhavskjøkken med globalt utsyn og varmt vertskap.
CHLOÉ Paddington, 25 350 kr.



Fabro, Borgergade 134, 1300 København K
Enkle pastaretter og vin på en uhøytidlig måte i vennskapelige rammer.
MULBERRY Roxanne, 18 125 kr.

dyson









Catwalk-diary

Hver sesong pakker vi kofferten og drar av sted for å se hva som rører seg på catwalken. La deg inspirere av vår dagbok fra Paris, Milano, København og Oslo.

AV Redaksjonen FOTO Anna Stokland

Store perler og sløyfer på catwalken til Chanel.





Sjefredaktør Kine B. Hartz inne på Grand Palais før Chanel-showet.



Isabel Marant-jentene er alltid de kuleste i klassen.



Middag og drinker med Aeron i Paris.

Paris



Paris er alltid en god idè! Og spesielt når det er moteuke. Vi elsker å fordype oss i det ypperste de franske motehusene har å by på, og denne sesongen fikk vi oppleve motekunst hos Loewe, som ble Jonathan Andersen siste før han startet i stillingen som sjefdesigner hos Dior. Hos Chanel var catwalken forvandlet til en installasjon med et gigantisk svart sløyfebånd og en kolleksjon hvor perler og sløyfer var tatt til et nytt nivå. Vi fikk oppleve en mer sensuell og sexy vibe hos favoritten Zimmermann, og på catwalken til Chloé gikk norske Tora Grieg Cappelen i boho-blusen vi alle ønsker oss.



Vi elsker rosa og rødt sammen, som her hos Chanel.



Klare for show.

Zimmermann viste en sterk og sensuell kolleksjon.



Motekunst hos Loewe.

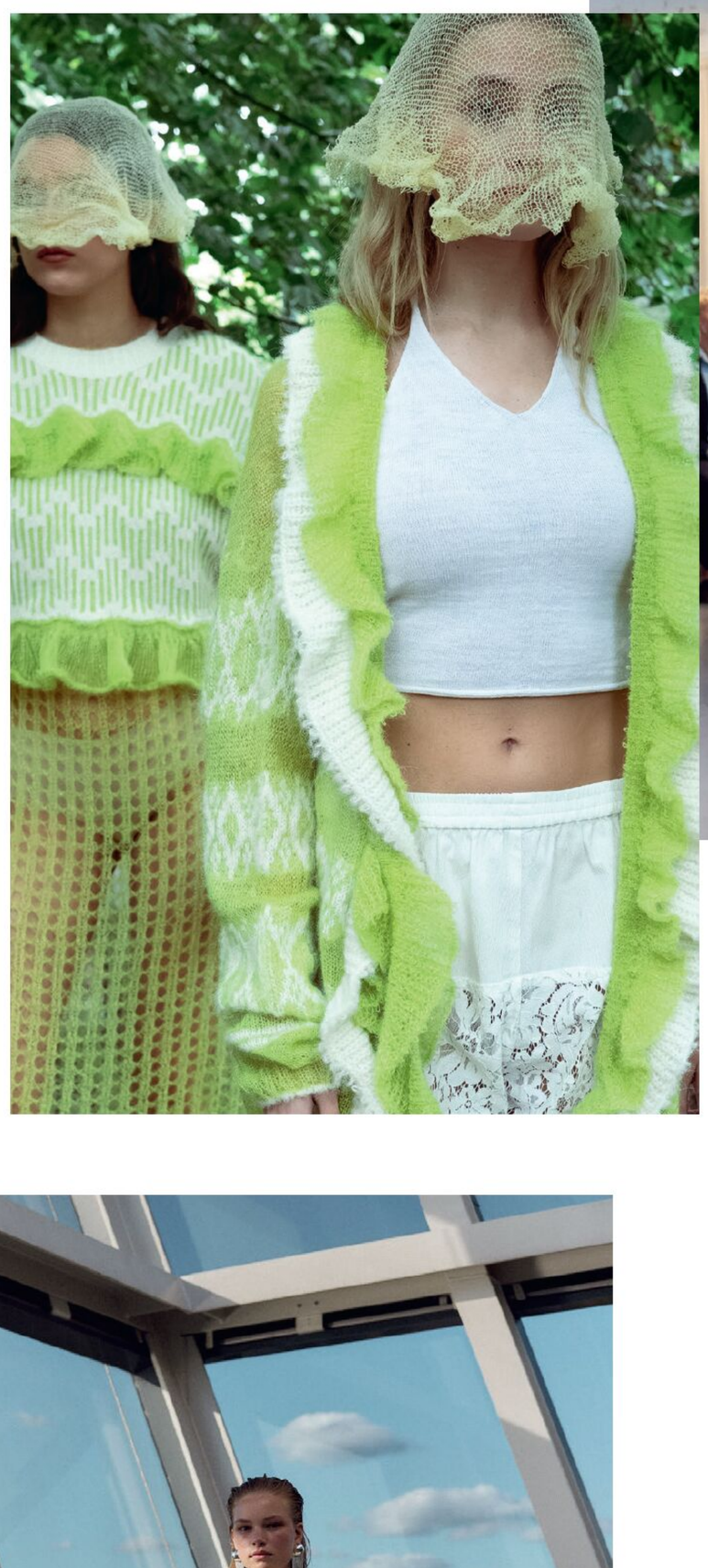


Norske Tora Grieg Cappelen på catwalken for Chloè, boho-håret vi alle drømmer om ble gjort av Dyson.

FOTO PRIVAT, ANNA STOKLAND, PRODUSENTENE

Oslo

Limegrønt og hvitt med rysjer og blonder hos Woodling.





Tidligere Costume-cover-modell Kawi S. gikk flere show.

Oslo i sensommerlys satte tonen for Oslo Runways 10-årsjubileum, som startet med en mesterlig visning av talentfulle Pearl Octopuss.y inne foran mesterverket *Solen* til Edvard Munch. Dette ble etterfulgt av en festmiddag – før det gikk slag i slag med høydepunkter som Woodlings fargemiks, Pia Tjeltas *cool girls* iscenesatt på en catwalk inne på selveste Nationaltheatret, cupcakes og den perfekte hvite skjorten hos Julie Josephine, en minimalisme vi falt pladask for hos Christian Aks og vår evige favoritt, og den utimate Oslo-jenta – som alltid kommer til live hos Envelope1976. Vinterens vakreste kåper fant vi også der.



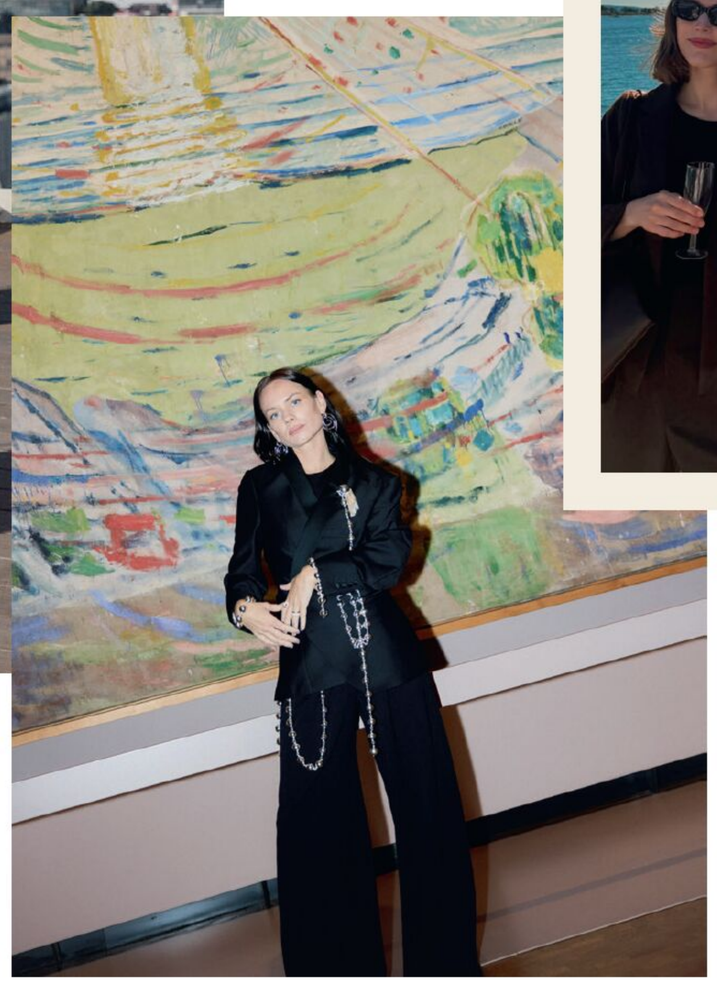
Elsk på Envelope1976.



Backstage hos Pia Tjelta Studio, hvor modellene fikk drømmehår av Gevir.



Team Costume på bøljan blå. Caroline Krager, Sonia Uppal og Afaf Ali.







Yummie cupcakes hos favoritten Julie Josephine.



Fult hus da Envelope1976 viste sin kolleksjon – som hadde vinterens vakreste og kuleste kåper.

FOTO PRIVAT

Cathrine Børter, sjefdesigner i Pearl Octopuss.y, foran *Solen* av Edvard Munch.

København



Minimalisme og lag-på-lag hos MKDT Studio.



Vakre blomster-mønster hos Stine Goya .



Costume var invitert til den eksklusive visningen til Stine Goya på museet Kunsten i Aalborg.

Når de danske motehusene inviterer til Copenhagen Fashion Week, koker byen av kreativitet og liv. Hele verdenspressen tar turen hit når bransjens leverandører av *Scandi Cool* får en hel uke til å vise seg frem. Denne sesongen var det helt klart MKDT Studio som imponerte med sine presise snitt og Wall Street-chic. Hos Stine Goya føltes hvert plagg som et maleri du aldri ville ta av deg, mens Rotate ba opp til fest. De to it-jentene Jeanette Madsen og Thora Valdimars viste igjen hvorfor de er blitt dronningene av skandinavia på sitt mest sexy & fun, da de viste en kolleksjon med ingredienser som velur, fuskepels og draperinger.

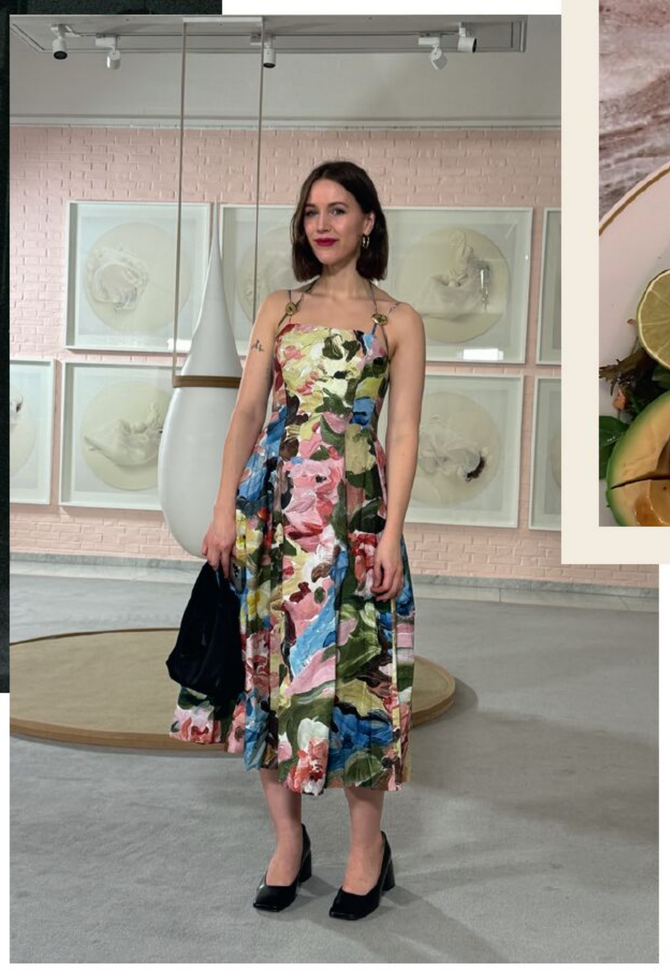


Flust med fuskepelsdetaljer hos Rotate.

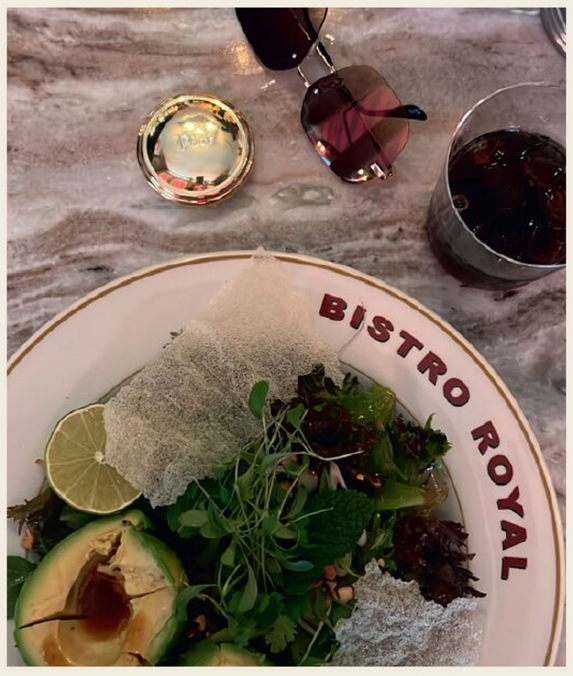


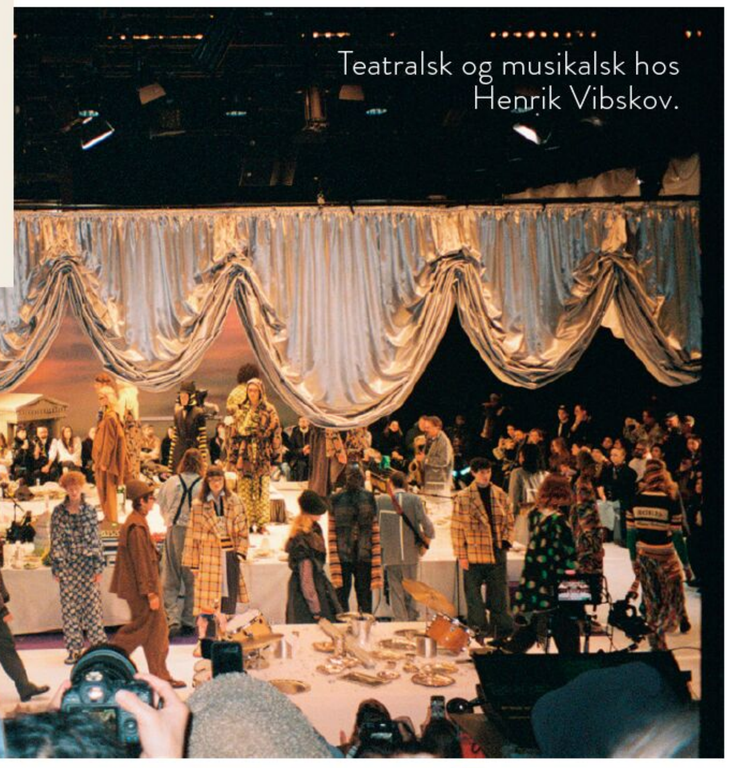
Rotate viser hvordan man holder seg varm og elegant til partysesongen.

Costumes Caroline Krager i Stine Goya.



Lunsjdate på Bistro Royal.





Teatralsk og musikalsk hos Henrik Vibskov.

FOTO PRIVAT

Milano

Sportmax er rent og rått. Det var også masse pyton og frynser.





Den norske moteprofilen Nina Sandbech på vei til show i Milano.



Fendis show markerte husets 100-årsjubileum med oppdaterte plagg fra arkivet.



Ingen modeuke uten å besøke Pradas legendariske Bar Luce, som er designet av Wes Anderson.



Max Mara leverer en klassisk, kledelig garderobe, med en ny fargepalett i vinrødt og flaskegrønt.



Torsdag er den beste dagen, med høydepunkter som Prada og Max Mara.

På mange måter er Milan Fashion Week den perfekte balansen mellom vakkert håndverk og de fineste materialene og funksjonelle silhuetter som passer til en nordisk garderobe. Tenk bare på merker som Prada, Gucci, Jil Sander og Max Mara ... dette er klær som motebevisste forbrukere sparer til og faktisk kjøper. Noen av høydepunktene under Fashion Week var utvilsomt Jil Sander, hvor det kanadisk-sveitsiske paret Luke & Lucie Meier presenterte en sublim avskjedskolleksjon med poesi og punk, Max Mara, der sjefdesigner Ian Griffiths gjorde den klassiske kvinnen mer sensuell og elegant, og Fendi, som tok oss gjennom husets 100-årige arkiv i et rørende show, hvor Sylvia Fendi fikk applaus da barnebarna hennes kom ut og ga henne blomster.



Christian Hansen fra danske Costume på Max Mara-showet



Hos Gucci holdt det kreative teamet catwalken varm før Demna Gvasalia (fra Balenciaga) tok over – etter avskjeden med Sabato De Sarno.

FOTO ANNA STOKLAND, PRIVAT


dyson

MOTE

Bli med til høststemning i Paris, hvor vi har fotografert den ikonsike modellen Maggie Maurer i noen av sesongens aller vakreste looks.



FOTO SASCHA ODA ADLER ANTREK OG SMYLLER SCHIAPARELLI

MIU MIU kjole, 27 000 kr.
MIU MIU bh, 9 589 kr.

musens mekka

Hun er muse for Daniel Roseberry, som er sjefdesigner hos et av verdens mest ikoniske motehus, Schiaparelli. Nå nylig flyttet hun fra New York til Paris for å komme helt tett på motens magi. Møt toppmodellen og musen Maggie Maurer i motens mekka.

FOTO Sascha Oda Adler / Shotview
STYLING Rikke Wackerhausen-Sejersen / A Management

BALENCIAGA fake fur, 77 000 kr.
BALENCIAGA sko, 11 790 kr.

CELINE kåpe, 62 000 kr.
PRADA pumps, 14 400 kr.
THOMASINE hansker, 3 500 kr.
FALKE strømper, 170 kr.

CARTIER choker, 1 414 800 kr.
H&M topp, 199 kr.

SCHIESSER tanktop, 355 kr.
SLOGGI truse, 199 kr.
CHANEL veske, 30 600 kr.



PHOEBE PHILO kjole, 10 500 kr.
PHOEBE PHILO veske, 24 700 kr.
PHOEBE PHILO pumps, 9 400 kr.

PRADA kåpe, 193 000 kr.

SCHIAPARELLI kjole, 84 000 kr.
SCHIAPARELLI øredobber, 75 400 kr.
SCHIAPARELLI kjede 160 000 kr.
SCHIAPARELLI sandaler, 22 700 kr.



NICKLAS SKOVGAARD kjole, 12 260 kr.
NICKLAS SKOVGAARD leggings, 2 800 kr.
CHANEL sko, 13 500 kr.





LOEWE kardigan, 31 700 kr.

MIU MIU kåpe, 61 300 kr.
MIU MIU stola, 64 400 kr.
MIU MIU strømper, 5 200 kr.
MIU MIU sandaler, 11 100 kr.



CALVIN KLEIN kåpe med skjerf, 14 770 kr.
CAMILLE SURAULT armbånd, fra 4 600 til 7 900 kr.
FIDAN NOVRUZOVA sko, 9 660 kr.



BONNETJE kjole, 42 400 kr.
BONNETJE bukser, 37 700 kr.
PRADA pumps, 14 400 kr.

LOUIS VUITTON kjole, 88 000 kr.
LOUIS VUITTON bukser, 99 800 kr.



TOM FORD kjole, 70 000 kr.



SCHIAPARELLI kjole, 84 800 kr.
SCHIAPARELLI veske, 73 000 kr.

PRADA saueskinnskåpe, 193.600 kr.
PRADA pumps, 14.400 kr.

HÅR Jesper Hallin / A Management MAKEUP Natsuki Oneyama / Blend Management FOTOASSISTENT Jacob Carbuhn / The Lab MOTEASSISTENT Martina Ortmark MODELL Maggie Maurer / Unique Models RETUSJ She Post Production

Dr. med. Christine
SCHRAMMEK
GREEN PEEL®

Thank you
NATURE
Naturens ressurser styrker
hudens egne ressurser

NR. 1 I VERDEN
GREEN PEEL®
PÅ NATURLIG HUDFORNYELSE

GREEN PEEL®
The power of nature

Medisinsk utviklet peeling beriket med naturens helbredende kraft.
GREEN PEEL® bekjemper hudaldring, styrker sensitivisert hud, forebygger inflammasjoner og akneutbrudd, uten uheldig stress.

SCHRAMMEK.NO

Høst betyr tid for pleie og mer makeup. Vi zoomer inn på alle de nye favorittene og trenden med personlige nisjeparfymer.

SKJØNNHET



FOTO ANNA STOKLAND

Skjønne nyheter

Høsten bugner av vakre sminkeprodukter inspirert av sesongens farger, hudpleie skreddersydd for sensitiv hud og noen overraskende lanseringer på det norske markedet. Her er nyhetene vi gleder oss mest til!

AV Sonia Uppal og Marie Alkestrup





DROP EVERYTHING

David og Victoria Beckham er utvilsomt et glamorøst par, men skjønnhetsentusiaster vil kanskje hevde at Augustinus Bader og Victoria er en enda sterkere duo. De har samarbeidet flere ganger, og resultatet har vært like fantastisk hver gang. Nå lanseres de en helt ny foundation, *The Foundation Drops,* som ikke er et unntak. Den er utviklet med huden i fokus, og består av en unik formel som skal forbedre hudens elastisitet og tekstur over tid.

VICTORIA BECKHAM BEAUTY The Foundation Drops hos Gimle Parfymeri, 1 460 kr.



Kultmerke gjør norsk debut

Fra prisbelønte klassikere til banebrytende makeup – nå kan vi glede med at den britiske skjønnhetsdronningen Charlotte Tilbury endelig tar steget inn på det norske markedet. Den populære makeupartisten har i løpet av sin over 30 år lange karriere jobbet med motemagasiner, catwalks og Hollywoods største navn, og er kjent for å gjøre profesjonelle teknikker tilgjengelig for alle – med produkter som er enkle å bruke, gir synlige resultater og passer alle hudtyper. Og har du aldri hørt om merket før og skal teste ett produkt, må du prøve Magic Cream, det sies at det selges en hvert minutt globalt.

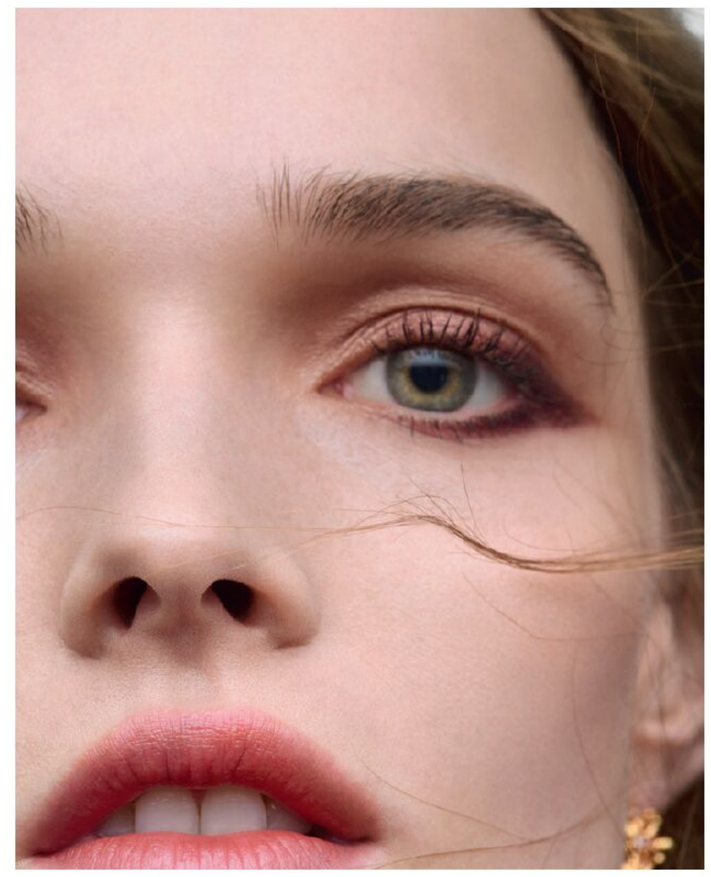
CHARLOTTE TILBURY på Kicks.no.

FOTO ANNA STOKLAND OG PRODUSENTENE



EN NY TOLKNING

Parfymehuset Byredo gir nytt liv til sin ikoniske Night Veils-kolleksjon – en serie på fem parfymekstrakter, komponert av parfymør Jérôme Epinette. Duftene er designet for nattens stille timer, når sansene skjerpes og inntrykk forsterkes. Hver komposisjon er laget med sjeldne råvarer og en høy konsentrasjon av parfymeoljer for å gi en intens og varig duftopplevelse. Kolleksjonen byr på rike, treaktige noter med innslag av patsjuli, tuberose, oud og amber – en sofistikert blanding man aldri blir lei.
BYREDO Night Veils, 3 650 kr.





BACKSTAGE GLØD

Når vi trodde at Diors ikoniske high-light-paletter ikke kunne bli bedre, overrasker Dior Beautys kreative leder Peter Philips oss alle. Den legendariske makeupartisten står nemlig bak tre nye oppgraderte versjoner av Diors Maximizer Glow Palette. Hans tips er å bruke fingrene ved påføring for en intens, metallisk finish, mens en pensel om du ønsker lett, luftig glød.
DIOR Backstage Glow Maximizer Palette i Frosted Opal, 675 kr.

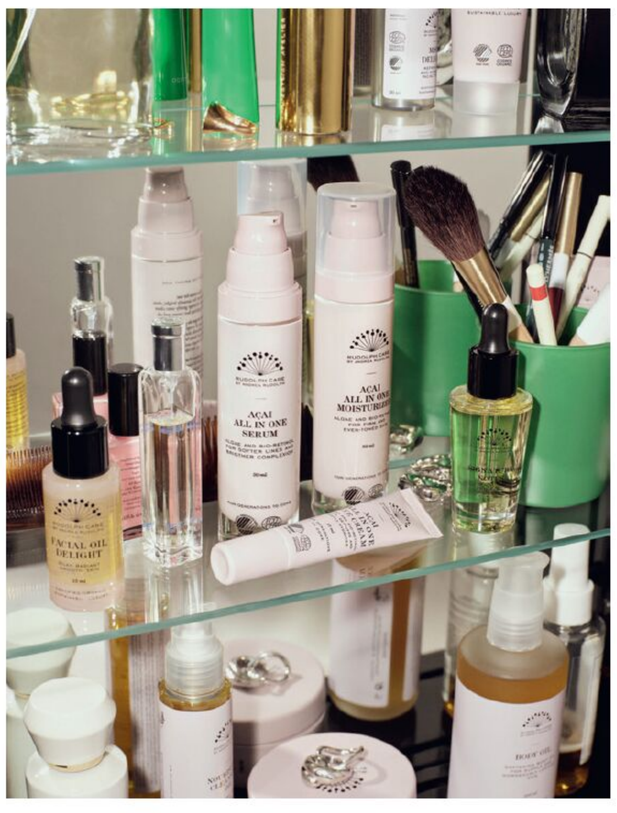
Blikkfang Siden 1982 har Chanels ikoniske øyenskyggepalett *Les 4 Ombres* vært et symbol på luksus og tidløs eleganse – og satt standarden for sofistikert øyemakeup. Denne høsten lar motehuset seg inspirere av sine karakteristiske knapper, hver med sin egen historie og signaturstil – og introduserer fire nye paletter utviklet for å gi øynene mer dybde og et uttrykk i tråd med høstens mystiske fargetoner.

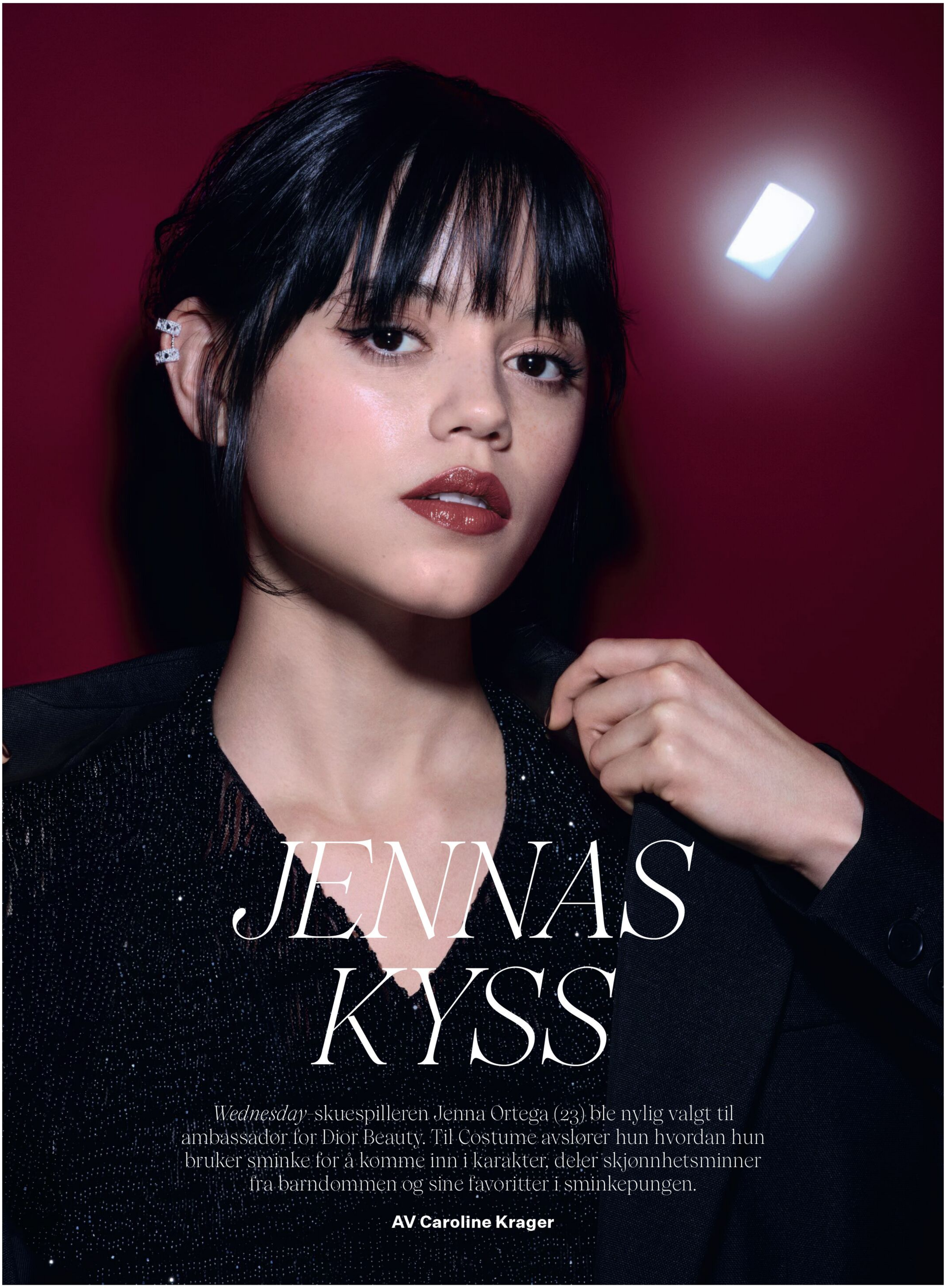


CHANEL Les 4 Ombres Boutons, 1 027 kr.

MULTIPRODUKT

Mens skjønnhetsrutiner tidligere besto av minst syv forskjellige produkter, går stadig flere merker nå motsatt vei – og tilbyr i stedet alt-i-én-løsninger. Det gjelder også Rudolph Care. I fjor lanserte de en All-in-One Moisturizer, og følger nå opp med et All-in-One Serum, som med innhold av plantebasert retinol og glødgivende C-vitamin skal gi huden all den næringen den trenger på denne tiden av året.
RUDOLPH CARE Açai All in One Serum, 1 255 kr.





JENNAS KYSS

Wednesday-skuespilleren Jenna Ortega (23) ble nylig valgt til ambassadør for Dior Beauty. Til Costume avslører hun hvordan hun bruker sminke for å komme inn i karakter, deler skjønnhetsminner fra barndommen og sine favoritter i sminkepungen.

AV Caroline Krager



DIOR
Rouge Dior leppestift 550 kr.

Jenna Ortega på vei inn til Diors haute couture-show under Paris Fashion Week i januar.

– Som liten elsket jeg å sitte foran speilet og bare leke meg med sminke. I årenes løp har jeg vært gjennom alt fra full glam til ukonvensjonell makeup til no-makeup makeup. Jeg ser på det som en utrolig kunstnerisk og kreativ uttrykksform, forteller Jenna Ortega til Costume.

Nylig ble det kjent at stjerna i *Wednesday* er valgt som nytt ansikt for Dior Beauty.

– Det var en stor ære å bli spurt. Både tidligere og nåværende ambassadører er jo mennesker jeg har sett opp til hele livet, som alle har kvaliteter og meritter jeg etterstreber selv.

Ortega var bare 14 år da hun havnet under barnestjerneparaplyen til Disney Channel med hovedrollen i komiserien *Stuck in the Middle*. Hun ble likevel kjapt lysten på mer utfordrende oppgaver som skuespiller, helst i litt dramatiske eller skrekkelige univers. Med *Scream*, *X* og *Beetlejuice,* i tillegg *Wednesday*, har 22-åringen for lengst klart å oppnå det ønsket.

For henne er sminke vel så viktig som kostyme for å komme inn i karakter.

– Måten man tar på seg sminke på, hva man tror kler en og hva som faktisk kler en er essensielt for meg i prosessen. For meg er det en døråpner inn i en rolle og et sinn. Det er noe så personlig og avslørende ved de tingene der.

Med tre søstre og en mor som var utrolig opptatt av skjønnhet, har hun alltid vært omringet av sminke- og hudpleieprodukter i oppveksten.

– Mamma er av typen man aldri ser uten burgunder lipliner. Det kan nok være noe av grunnen til at jeg også trekkes mot mørkere leppestifter.

Nye bilder av Ortega på den røde løperen avslører at hun, helt i tråd med trendene de siste årene, har valgt å gå for blekede bryn i 2025. Selv mener hun at det er en viktig del av enhver kvinnes evolusjon å gå gjennom et par rare øyenbrynsfaser.

På spørsmål om hvilke tre ord hun vil bruke for å beskrive sin skjønnhetsrutine, leveres svaret raskt og selvsikkert.

– Effektiv, minimalistisk og messy.

– Jeg er av typen som påfører alt med hendene, alt fra øyeskygger til foundation. Så man vil sjelden finne sminkekoster i toalettmappen min.

Som Dior Beauty-ambassadør har hun selvsagt fått god mulighet til å teste det hun vil av produkter, og dermed fått noen nye favoritter.

– Jeg elsker at maskaraen er kullsvart, det er akkurat sånn jeg liker den. Eyelineren er også alltid min go-to, og liplineren kalt Beige Tulle. Den er perfekt fordi den ikke konkurrerer med øynene om oppmerksomheten.

– Og Rouge Dior-leppestiften i Redwood Star! Den passer så godt til hudfargen min. Man kan ta på litt eller mye, og det ser fint ut uansett.

> «Det føltes som å gå inn i nok en karakter; en som var veldig glamorøs, tøff og selvsikker.»

For henne fremstår Dior som et ekstremt elegant, mektig og ærlig motehus.

– Og det siste er kanskje det viktigste for meg; at de er så autentiske. I prosessen har jeg virkelig fått se alt det kreative arbeidet som ligger bak alt de lager, hvor mange talentfulle folk som arbeider i kulissene. Hvor mye dette betyr for dem som er involvert.

Ortega forteller at hun i det siste har blitt mer komfortabel med å snakke om og forholde seg til kjendisstatusen. Tidspunktet for å påta seg ambassadørrollen for Dior Beauty var derfor god.

– Dette fronter og hyller jo den delen av livet mitt, noe som var litt spesielt, men også interessant. Og samtidig føltes det som å gå inn i nok en karakter; en som var veldig glamorøs, tøff og selvsikker. Etter mange ganske innesluttede og stille roller var det fint, avslutter hun.

FOTO GETTY IMAGES & PRODUSENTEN





1.



Sonias univers

Costumes skjønnhetsansvarlige deler sine nyeste favoritter.

1. Makeup, no makeup: – Jeg har begynt å gå bort fra foundation til fordel for bronzer i kremform, da det gir en naturligere finish. En favoritt jeg har holdt fast ved gjennom årene, er Sun Melt fra Saie – et amerikansk merke som kombinerer pleiende ingredienser som squalane, druekjerneolje og hyllebærekstrakt i produktene sine. Bronzeren smelter inn i huden og tilfører både varme og friskhet med et duggfrisk resultat.

2. Blått serum: – En ingrediens jeg alltid inkluderer i hudpleierutinen er peptider. Peptider består av små molekyler som kommuniserer med hudcellene og sørger for at de gjør jobben, som blant annet å produsere kollagen og styrke hudbarrieren. Blue Serum fra Face Formula er satt sammen av en formel som drar nytte av de gode egenskapene fra peptider – og forbedrer og strammer opp huden over tid.

3. Premium pleie: – Mange glemmer at god leppepleie handler om mer enn bare fuktighet. Akkurat som resten av ansiktet, viser også leppene tydelige aldringstegn – de kan bli tynnere, mer rynkete og miste form. The New Lip Treatment fra La Mer kombinerer avansert hudpleie som støtter hudens egen kollagenoppbygging. Resultatet er gradvis forbedring av leppenes volum, kontur og definisjon over tid. Kommer i fire vakre farger.

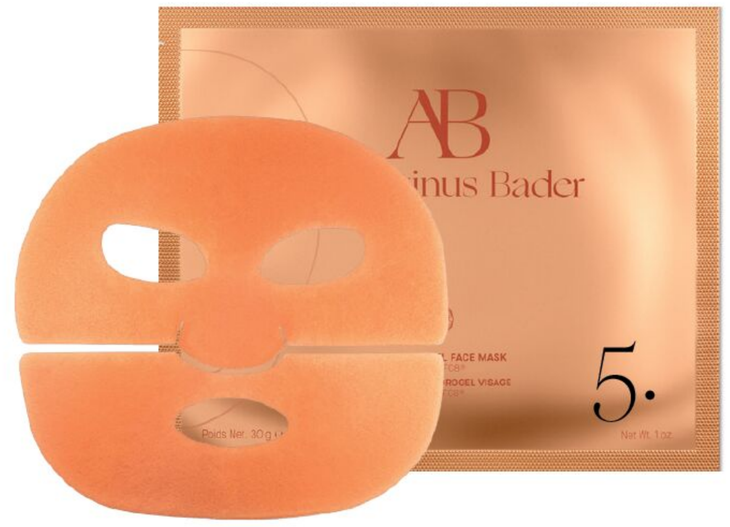
4. En oppkvikker: – Multifunksjonelle produkter er uvurderlige når tiden er knapp. Hydrating Fix Mist fra Sensai fikserer makeupen og legger seg som et fuktighetsslør på huden, og samtidig virker beroligende. Spray på når huden trenger en oppfriskning gjennom dagen.

5. Redningen på travle dager: – Etter at jeg ble mor er tidsklemma reell, og manglende søvn setter sine spor. The Hydrogel Face Mask fra Augustinus Bader er redningen, og et produkt jeg virkelig stoler på når huden trenger en boost. Masken plumper, glatter og gir intens fukt – beriket med TFC8, en prisbelønt hudpleieteknologi som støtter hudens naturlige fornyelsesprosess og bidrar til en sunn, strålende glød.



2.

1. BRONZER Sun Melt fra Saie, 420 kr.
2. SERUM Blue Serum fra Face Formula, 1 390 kr.
3. LEPPEPLEIE The New Lip Treatment fra La Mer, 940 kr.
4. ANSIKTSMIST, Hydrating Fix Mist fra Sensai, 550 kr.
5. DUKMASKE The Hydrogel Face Mask fra Augustinus Bader, 1 890 kr for 6-pakk.



5.



3.



FOTO JANNE RUGLAND & PRODUSENTENE

Start din hårreise!



Velg skandinavisk kvalitet
NEW NORDIC

BLIVAKKER sunkost med24.no life røtter banda Boots Apotek VITA arnika.no

NEW NORDIC www.newnordic.no Online Store



MANUEL MATHIEU île Noire 50 ml, 2 285 kr., **D.S. & DURGA** Brown Flowers 50 ml, 2 090 kr., **BDK PARFUMS** Gris Charnel 100 ml, 2 395 kr., **TEKINOKTAY PERFUMES** forhandles hos I Love Beauty Ruby 50 ml, 2 269 kr., **BIBBI PARFUM** Radio Child, 100 ml, 2 945 kr.

KUN FOR *MEG*

Vis meg din duft, og jeg skal fortelle deg hvem du er. Velduft har alltid vært høyt verdsatt, men mer enn noen gang søker vi nå en unik duft. En duft vi kan kalle vår – og kun vår. Derfor har interessen for såkalte nisjeparfymer eksplodert de siste årene.

AV Marie Alkestrup FOTO Tobias Hoffmann

Å ha en unik duft, en signatur, er i vinden som aldri før. Og det er tydelig å se at den økende interessen for nettopp nisjedufter, som du for eksempel finner hos nisjeparfymeriet Crime Passionnel i København og Gimle Parfymeri eller Heaven Scent her i Oslo, bare øker. Det danske varemagasinet Illum åpnet nylig dørene til det man rett og slett kaller The Niche Perfumery. Deretter fulgte åpningen av COW parfymeri, et svensk konsept hvis hyller også bugner av nisjedufter. I London har lenge Liberty vårt en duft-destiansjon for dem som vil ha noe ikke alle andre har. Etterspørselen etter de unike duftene sees ikke bare hos kvinner, men i økende grad også hos unge menn. Nettopp evnen til å tiltrekke seg forbrukere på tvers av kjønn er noe mange nisjemerker mestrer. Her har de lenge ligget foran de konvensjonelle parfymemerkene. De fleste nisjemerker markedsfører seg ikke til et bestemt kjønn, men lager dufter for alle. Som forbruker blir man derfor mindre satt i bås når man skal velge ny duft. Dette, sammen med ønsket om å eie en ikke-masseprodusert parfyme, har bidratt til å gjøre nisjeparfymer stadig mer populære og gitt kjøperen en følelse av å være unik og sett – akkurat som man er. Her har med andre ord nisjeduftene vært mer progressive enn de tradisjonelle duftene som fra starten av 1900-tallet ble delt inn i dufter med blomster som hovedpunkt for kvinner, og musk som hovednote for menn. Med den nye tendensen med nisjedufter hopper over dette,og byr på dufter som bryter regler og oppleves som noe helt for seg selv. Og hvem liker ikke følelsen man får når noen bemerker hvor fantastisk man dufter? Akkurat som følelsen av å ha på seg noe unikt, er følelsen du får av å dufte unikt – mer ettertraktet enn noen gang.

NISJE?

Men når er en duft en nisjeduft? En nisjeduft kjennetegnes ofte ved å være laget av mindre, uavhengige parfymehus og i mindre opplag enn hos kommersielle aktører.

Er merker som Byredo, Frederic Malle og Le Labo fremdeles nisje, til tross for deres verdensomspennende popularitet? På mange måter kan nisjekonseptet sammenlignes med musikkverdenen. Et band kan være et undergrunnsband med en liten, dedikert fanskare, inntil de plutselig får massiv suksess, når ut til massene og blir ... tør vi si det ... mainstream? Det tar ingenting bort fra opplevelsen – eller i dette tilfellet duften – men om du vil ha følelsen av å ha funnet en duft som ikke finnes på ethvert gatehjørne, er det på tide å rette blikket mot de mindre kjente nisje-stjernene på parfyme-scenen akkurat nå.

BIBBI PARFUM

La deg forføre av Bibbi Parfums blå univers, som omslutter deg i medrivende historier og herlige dufter. Bak merket står svenske Stina Bibbi Seger. Hver duft er inspirert av historier og «drømmelignende» møter hun har opplevd gjennom meditasjon.

Duftene er ikke bare dufter, men fortellinger, historier vevd av tråder fra Stinas indre verden. Disse fantasifulle unisex-duftene inviterer alle til å delta i merkets unike reise inn i underbevisstheten. Blant de mest populære duftene er Boy of June og Radio Child, begge eksempler på de finurlige navnene mange av parfymene bærer. Radio Child er inspirert av en oppdiktet historie om et barn fra 1800-tallet, som ingen vet om er gutt eller jente, men som blir kjent for sitt talent på

«Nettopp evnen til å tiltrekke forbrukere på tvers av kjønn er noe mange nisjemerker mestrer. Her har man lenge vært mer på hugget enn de konvensjonelle parfymemerkene.»

klaver. Historien er omsatt til en duft med noter av blant annet pepper, sjasmin og fiken.

BIBBI PARFUM Radio Child, 100 ml, 2 945 kr.

D.S. & DURGA

D.S. & Durga ble grunnlagt i New York av David Seth Moltz og Kavi Moltz. Både parfymene og duftlysene deres er inspirert av musikk, steder og historie. Hver duft er en sanselig opplevelse, designet for å transportere deg til nye verdener og fortellinger.

For eksempel er parfymen Brown Flowers resultatet av forestillingen om en eksentrisk barndomsvenn som alltid dukket opp i fargerike klær, drakk martinis og luktet av en hjemmelaget blanding av urter og blomster. En av deres mest ettertraktede dufter er Debaser – og kjenner du din musikkhistorie, vil du vite at det er navnet på en kjent låt fra bandet The Pixies, som slo igjennom på 90-tallet med et brak av en punk-sound som senere ble omdøpt til musikksjangeren grunge. Debaser dufter av fiken, grønne blader, iris, kokos, tonkabønne og musk – resultatet er en sensommerlig, frisk og lett nostalgisk duft.

Selv beskriver de det slik: «Debaser er inspirert av lyden av en indiesang, som siver ut av høyttaleren din på en varm og svett dag i august; hot, fuktig og ikke minst sexy.»

D.S. & DURGA Debaser 50 ml, 2 089 kr.

MANUEL MATHIEU

Flankongen eller duften? Med Manuel Mathieu Parfums er det nesten vanskelig å fokusere på duften, ettersom flakongen i seg selv ligner et lite kunstverk. Det er ikke tilfeldig, for Manuel Mathieu er også kjent som en multikunstner som har skapt både egne skulpturer og malerier.

Nå har han utvidet sitt kunstneriske univers til også å omfatte duft, og i samarbeid med parfumør Juliette Karagueuzoglou har de skapt tre dufter. På mamge måter kan duft og kunst sies å gå hånd i hånd, siden begge kan vekke sterke følelser, som er noe Mathieu selv setter ord på: «Jeg ser en følelse, en farge, et ekko av mitt kunstneriske univers i hver duft. For meg er parfyme et språk – en måte å male det uhåndgripelige på og vekke kunstneren i oss alle.»

Duftene forhandles eksklusivt i Norden hos den danske designeren og kunstneren Henrik Vibskovs butikk i København

MANUEL MATHIEU Ile Noire 50 ml, 2 285 kr.

INITIO PARFUMS PRIVÉS

Initio Parfums Privés er et fransk nisjemerke grunnlagt i 2015, kjent for sine kraftfulle og sensuelle dufter.

Flakongene, holdt i mørke farger, er like forførende og mystiske som innholdet. De hevder selv å bruke like deler vitenskap og mystikk for å skape dufter som påvirker sansene, følelsene og ikke minst tiltrekning. En av de mest populære duftene er Narcotic Delight – en intens unisex-parfyme med noter av kirsebær, rom, tobakk, rosépepper, vanilje og musk. Dette er en spesielt dristig og forførende duft som vekker sansene du forbinder med romantikk på soverommet.

INITIO Narcotic Delight 50 ml, 1 565 kr.



TEKINOKTAY PERFUMES

Tekinoktay Perfumes er et helt nytt dansk parfymehus, grunnlagt av kunstneren Evren Tekinoktay og skuespilleren André Babikian. Husets tre dufter er basert på sitrus, som minner Evren om hennes barndom i Tyrkia. På mange måter kan Tekinoktay Perfumes beskrives som kjærlighetsparfymer, en hyllest til livet og kjærlige minner. Samlingen spenner fra sprø sitrusnoter til varme, jordnære og sensuelle dufter. Parfymen Ruby kombinerer frisk italiensk sitron og svart pepper med musk, tobakk og styrax, og gir en intim og varm duft.

TEKINOKTAY PERFUMES Ruby 50 ml, 1 450 kr.

OBVIOUS PARFUMS

Obvious ble etablert i 2020 med mål om å skape nisjedufter hvor alt overflødig ble skåret vekk, for å fremheve det essensielle: ingredienser og elegante sammensetninger. Grunnlegger David Frossard har selv uttalt dette om sin filosofi: «Parfyme er i dag mer enn bare en duft – det er blitt et markant tilbehør som signaliserer stil og personlighet.» Parfymene har enkle, direkte navn som Une Vanille, Milk & Matcha og Une Rose. En populær duft er Un Bois – en treaktig parfyme med noter av sandeltre og sedertre.

OBVIOUS PARFUMS Un Bois 100 ml, 863 kr.

VOUVIS PARFUMS

Hva kommer først? Er det duften eller flakongen? For Vouvis kom flakongen først. Grunnleggeren, danske Fredrik Fabian, ønsket å skape en minimalistisk flakong inspirert av dansk design. Deretter kontaktet han parfumør Pierre Wulff, som tidligere hadde jobbet med Byredo. Wulff var først skeptisk, men endret mening da han hørte at flakongen hadde et magnetisk lokk som gir et tilfredsstillende, mykt klikk. Resultatet ble fem kraftfulle dufter, deriblant Bloom Tonic – en frisk og saftig duft med noter av siciliansk sitron, dragefrukt og tyrkisk rose.

VOUVIS Bloom Tonic 80 ml, 1 100 kr.

BDK PARFUMS

BDK Parfums ble grunnlagt i 2016 av David Benedek, som kommer fra en ekte parfymefamilie med røtter tilbake til 1950-tallet i Paris. Selv om merket er relativt nytt, har det dype røtter i familiehistorien. Det begynte med Davids besteforeldre, som var rumenske immigranter og åpnet et lite parfymeri i Paris i 1958.

Duftene kjennetegnes først og fremst for at de ofte er inspirert av kun et materiale eller et område i Paris. Husets mest populære er duften Gris Charnel, som betyr noe à la «kjødelig grå». Den byr på blant annet noter av tonkabønner og svart te. Den skal visstnok være inspirert av området Quai Saint-Bernard, hvor man har prøvd å fange stedets forførende og pulserende stemning. Det er med andre ord en ganske sensuell duft, som er alt anet enn grå på den kjedelige måten.

BDK PARFUMS Gris Charnel 100 ml, 1 530 kr.

FOTO PRODUSENTENE



The Cover **LOOK**

Langt inne på Hardangervidda blant høstens vakre farger kom forsker og toppmodell Sunniva Stordals skjønnhet til sin rett. En naturlig, duggfrisk look ble grunntanken for denne cover-shooten, som fikk håret og huden hennes til å skinne.



1. ØYESKYGGE
Stila, Eyeshadow, Kitten, 240 kr.

2. MASKARA
Glossier, Brown Mascara, 275 kr.

3. STROBE
MAC, Strobe Cream, pinklit 475 kr.

4. MASKE
111Skin, De Puffing Energy Facial Mask 1 100 kr for 5 stk.

5. BLUSH
Patrick Ta, Blush Duo, She's all that, 450 kr.

6. FOUNDATION
Charlotte Tilbury, Beautiful Skin Foundation, 545 kr.

PREP TIME
– Siden vi skulle ut i vær og vind, ønsket jeg å gi huden til Sunniva ekstra fuktighet og glød. 111 Skin er virkelig en av de beste maskene på markedet. Jeg anbefaler alle å sette av ekstra tid til prepp og pleie nå som høsten er her.

MER GLØD
– For ekstra glød brukte jeg Strobe Cream. Den er fantastisk, og de kjølige rosa-tonene i shimmeret passer fint inn i huden hennes.

HELT NATURLIG
– Siden vi var ute hele dagen var det viktig med en foundation med varighet, og Charlotte Tilburys Beautiful Skin sitter godt og lenge. Jeg la et lett lag for naturlig finish.

BLIKKFANG
– Det er en stor trend nå med mer naturlige vipper, så for å ramme inn øynene til Sunniva brukte jeg brun maskara og lys øyenskygge.

BLUSH ON
– Jeg kombinerte pudder blush med krem blush til denne looken, og det ble så fint.

1.



Fakta
Linda Wickmann er en internasjonal makeup-artist med base i Norge. I tillegg til COSTUME jobber hun for en rekke publikasjoner og kunder verden rundt.







FOTO ANNA STOKLAND


Dior