

# bevegelser

kultur & trender [www.vg.no](http://www.vg.no)

## Rå intens spenning



Vidar Sundstøls flotte fjorårsbok «Drømmenes land» viste hvordan fortiden lever i oss via kulturelle leveregler.

Normen om ikke å skite i eget reir tolkes absolutt, slik at ting som bør opp i dagen, holdes

skjult. I den korte, råtne oppfølgeren «De døde» ris Lance Hansen, norskameri-

kansk politimann i Minnesota, av samvittigheten.

Han er overbevist om at drapet på en ung norsk turist ved bredden av Lake Superior ble begått av broren hans Andy,

og ikke den alkoholiserende indianeren som er anklaget i saken. I dette machomiljøet er taushet gull akkurat som i Bygde-Norge, og det er lettere å drepe enn å snakke.

Lance har hintet til Andy at han vet og pines av skrekken om at Andy vet at han vet. Til tross for at han er livredd broren sin, drar de på hjortejakt sammen, som alltid før.

Boken foregår på et sted og varer et døgn.

Andy og Lance bytter på å være poster og driver. Det er langt inn i november og det faller underkjølt regn som gjør hele det ytre og indre landskapet ugjenkjennelig. Terrenget

innhyles i blank, skinnende glasur og trærne får istapper.

Rollene som poster og driver går over i hverandre, og brødrenes angst topper seg.

Mesterlig skriver Sundstøl fram Lances dunkende, livredde puls.

Det hundreårgamle drapet på ojobway-medisinmannen Swamper Caribou oppklares.

Sannheten om ukuelige nordmenn som overlever alt, er ikke så edel som mytene vil ha

det til. Lance har lest om gamle Swamper via sitt verv som formann i det lokale historielaget.

Han og en gammel ane vet hva som virkelig skjedde, men har holdt kjøft. Den kulturelle absolutte taushetsplikten om nordmenns alt annet enn edle handlinger den gang og Lances udåd holder på å rive Lance i stykker.

Gled dere til neste bok. **BERIT KOBRO**

Av KIRSTI HOVLAND

Moteskaperne Moods of Norways suksess vil smitte over på hele designbransjen. Det mener Dorte Krogh, direktør i Krogh&Co Designbureau i København.

Nå har hun gjort Moods til pensum på prestigeskolen Harvard.

I juli åpnet Moods of Norway egen butikk i Beverly Hills i Los Angeles som har vært drømmen helt siden designerne etablerte seg i 2003. Totalt selges den norske designen i rundt 50 butikker i hele USA.

## Hyller norsk designduo

at vår historiefortelling når ut til et stort publikum.

Regnskapet for Moods of Norway fra 2007 viser en omsetning på 24,7 millioner og et overskudd på en million, i 2008 kom Moods godt over 52 millioner, mens de har budsjettert til å nå 100 millioner kroner i 2009. I dag har selskapet ni egne butikker, i Norge, USA, Japan og på Island.

– Det er også derfor vi ville lage en case på dem, med en slik omsetning er de kommet opp i en annen liga når det gjelder designprodukter, det er unikt, sier Dorte Krogh.

Det er blant andre tidligere Harvard-professor Robert D. Austin som har laget casen som nå er offentliggjort og ferdig til undervisning. Han er i dag professor ved Copenhagen Business School. Austin har fortsatt tilknytning til Harvard og hans forskning fokuserer på studier om innovasjon og kunnskapsintensive aktiviteter.

### Vil til kjernen

Dorte Krogh sier at caser ved Harvard skal inn til kjernen ved hva som er det virkelige interessante ved en virksomhet.

– Hva det er som gjør forskjellen og gjør den ene helt spesiell i forhold til en annen, og dermed i stand til å posisjonere seg bedre. Det var det jeg så ved Moods of Norway. Så at de hadde en annen strategi, historie og tilgang til deres virksomhet krydret med en sterk økonomisk styring. En virksomhet med noen kvaliteter man sjelden ser, og muligheten til å skape en unik Harvard Business Case.

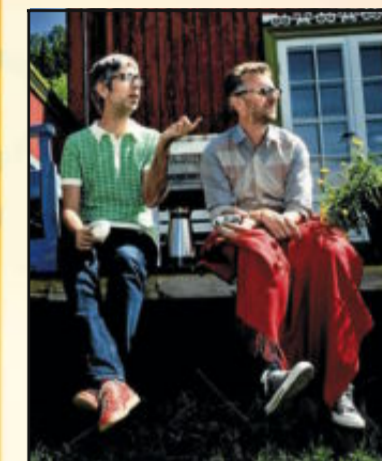
– Hva bør politikere gjøre for å håndtere dette talentet?

– Jeg vil vurdere at situasjonen er noenlunde lik både i Norge og Danmark. Danmark har ikke oljen. Men vi er to land som i fremtiden skal leve av det råstoff vi selv kan påvirke: unge talentfulle mennesker. Det får vi ved å styrke utdannelsen og ved å lære de unge å tenke høyt under deres utdanning. I Danmark er vi også i ferd med å stille forslag om et sterkt internasjonalt designuniversitet, som vil trekke både internasjonale studenter og sterke lærerkrefter, sier Dorte Krogh.

– Fomnuftig økonomistyring, men moro underveis på reisen: De vil leve gjennom sitt brand og leve som et «boyband» og de vil lykkes med det. Å skape en god forretning, bygge opp et brand og ha det moro. Det er det alle andre virksomhetseiere og ledere drømmer om.

Simen Staalnacke, designer i Moods of Norway, sier: – Dette er en liten fjær i hatten, at et av verdens mest anerkjente universiteter har gitt oss akademisk anerkjennelse for det vi gjør. En annet aspekt er jo

E-post: [kirsti.hovland@vg.no](mailto:kirsti.hovland@vg.no)



**SUKSESS PÅ LANDET:** Arne Nerjordet og Carlos Zachrisson har suksess med norsk strikk fra en nedlagt togstasjon i Valdres.

## Bygda trendy – byer grønnere

Arne og Carlos er forbilder for en av verdens fremste trendanalytikere, Li Edelkoort.

– Moods og Arne & Carlos er begge spennende virksomheter, som på hver sine måter bygger videre på sterke norske tradisjoner, sier Dorte Krogh, administrerende direktør hos Krogh&Co Designbureau i København. Krogh sitter i juryen i Norges Designråd.

Denne uken er designerne Arne Nerjordet og Carlos Zachrisson blant helt spesielt utvalgte inviterte under Edelkoorts presentasjon av trendene for sommeren 2011. To ganger i året samler hun sine viktigste kunder og kontakter i Paris. Der har den norske designerduoen stått på VIP-listen de siste par årene.

Da Edelkoort var i Norge i mai år sa hun til VG at Arne & Carlos representerer noe av det mest trendy på koden akkurat nå, at de inkarnerer trenden der bygda blir trendy og byene blir grønnere.

### Strikkemerke

– Arne & Carlos lever livet jeg snakker om, det er helt amazing, sa hun og understreket at autentisitet og internasjonalitet er to nøkkelord for fremtiden.

I oktober skal deres undermerke «2890 by Arne & Carlos», navnet er hentet fra deres postnummer, ut i 200 butikker i USA og Canada.

# Moods blir pensum på Harvard