

DRIVHUS- EFFEKTEN

I et veksthus i Bærum dyrkes ny og feminin friluftsbekledning.

TEKST SIGURD S. RØNNINGEN
FOTO LARS PETTER PETERSEN
Bærum

FREMTIDEN SÅ mørk ut for Fleischer Couture. Omgitt av høyfjellsnatten og sist vinters verste snøstorm befant Maja Fleischer og Thea Sundhell seg midt inne på Valdresflya i 15 minus. Med kun en vag fornemelse av hvor de var.

– Vi holdt på å gå oss totalt vill. Mørket kom så brått, og snøføyken pisket slik at vi måtte stabbe av gårde med skibriller, sier Fleischer.

Heldig da, at det ikke skorter på utholdenhet og kalkulert galskap hos duoen bak Norges yngste friluftsmærke. Industridesigner Fleischer og markedsfører Sundhell sendte nylig første kolleksjon skalljakker og dunbekledning ut av drivhuset hvor de har sin base. 30 utvalgte butikker hadde allerede tegnet seg for «førsteopplaget» på 600 jakker, og før uken var omme, tikket etterbestillingene inn.

Også fra kunder langt utenfor målgruppen.

– Jakkene er designet for å inspirere flere jenter til å dra på tur, sier Fleischer:

– Men nå viser det seg at gutter også kjøper dem.

Bærumsjentene følger i rekken av små, norske friluftsproduserer som gjør suksess med innovative løsninger og særpreget design. Tankene går til Sweet Protection og Kari Traa, men Fleischer vil helst ikke sammenlignes med noen.

– Ideen vår er å være eksklusive. Vi vil nå jenter som ønsker seg friluftsklær som få andre har.

Jakkene produseres i serier på noen få hundre. Plaggene er nummerert, og utstyrt med personlig hilsen og turbeskrivelse til fjellet som har gitt dem navn.

– Snart lanserer vi også sommerklær og flere plagg. Vi må bare komme oss gjennom vinteren først.

I grålysningen på Valdresflya var stemningen høy. Egendesignede dunjakker og en gjenglemt hodelykt hadde nemlig reddet nattesøvnen. Nå stabet en småbarnsfamilie på søndagstur forbi det nedsnødde teltet.

– Se jentene som har sovnet ute, unger, hoiet pappa:

– De må være gærne!

Han skulle bare visst. **D2**

sigurd.ronningen@dn.no

FLEISCHER COUTURE



NYNORSK. Mens Bergans og Norrøna oser friluftstradisjon, retter Fleischer Couture seg mot trendbevisste jenter.

LIMITED EDITION. Dunjakken 2068 produseres i 500 nummererte eksemplarer – og leveres med personlig hilsen.



GIR GASS. Uten kjendismarkedsføring, etablert varemerke eller investort hjelp lanserer industridesigner Maja Mejer