

# spareparadokset



utradisjonelle skomerke. Her sammen med utenriksminister Hillary Clinton.

som selges.

Plaggene selges med svært lav fortjeneste fra butikkene, agentene tjener lite, og Nudie taper angivelig penger for hver solgte t-skjorte.

Enn så lenge planlegger selskapet ingen nye kolleksjoner, selv om salget skal ha gått bra.

## Nice try

Paal Furre har ingen tro på at mote skapes av gode formål.

– Vi kjøper klær og sko fordi de ser fine ut.

– Men om pengene går til veldedighet kan vel det være en del av et slags motestatement?

– Ja. Hvis absolutt alle visste at akkurat det plagget, eller det spesielle merket, var med på å finansiere veldedige formål. Det er krevende å komme frem med det budskapet, sier Furre oppgitt.

Hele problemet med selskaper som gir til gode formål er dilemmaet som oppstår

når veldedigheten skal frontes, mener Furre. Mange føler at den veldedige biten må underkommuniseres for at markedsføringen ikke skal fremstå som spekulativ.

Han trekker frem hotelleier Petter Stordalen, som har lansert økologisk frokost ved alle sine hoteller, og som er en aktiv miljøforkjemper.

– Stordalen eier miljøvennlige hoteller. Det er bra, det burde være med på å løfte hans omdømme. Han kjører elbil - og elve biler til - og dermed fremstilles han som en fjomp selv om han forsøker å gjøre noe som er bra, fortsetter Furre engasjert, og legger til:

– Forbrukere som kjøper klær kun for å gi til et godt formål som en del av en selvrealisering? Nice try.

## Skandaler og gode intensjoner

Til tross for at det er vanskelig å markedsføre sine veldedige prosjekter, tror trendforske-

ren at dette er noe vi vil få se mer av. Han gleder seg til de prosjektene som lykkes, men gruer seg til alle de som vil falle i fisk. Det er de billedskjønne fortellingene drevet av iskalde markedsføringsstunt som vil lage trøbbel i tårnet.

For sammen med den økende bevisstheten på veldedighet i bedriftene, venter Furre flere omdømmeskandaler i kjølvannet av at bedrifter har forsøkt å kjøpe seg en sosial samvittighet.

– Disse tror jeg kommer når bedriftsledere setter seg ned og tenker «nå må vi gjøre noe», for så å inngå avtaler om å gi til veldedighet. Dette vil senere falle igjennom hvis hele veldedighetsideen var en tvangshandling, der formålet er å tjene mer penger.

## Andre veldedighetsprosjekter:

■ U2s frontfigur Bono grunnla i 2006 klesmerket Edun sammen med Ali Hewson. Duoen bygget forretningen på slagordet «Trade for aid», og har som mål å skape varige arbeidsplasser i flere afrikanske land. Herunder lages alle bomullsplagg av organisk bomull, og rettferdige handelsvilkår er en viktig del av konseptet.



■ Den amerikanske designeren Tommy Hilfger har laget en smykkedekolleksjon til inntekt for mennesker med multipel sklerose. Kolleksjonen lanseres under et moteshow i Hilfgers regi 7. mai på Hyatt i New York.



■ Det franske motehuset Hermés produserer eksklusive silkeslips med en liten lomme på innsiden. Lommen skal benyttes til å diskutere oppbevare prevansjon, og deler av inntekten går til bekjempelse av HIV-viruset.



■ Designeren Jimmy Choo lanserer i disse dager en kolleksjon i samarbeid med den britiske artisten Elton John AIDS Foundation. Fra kolleksjonen, som har fått navnet Project PEP, doneres 25 prosent av inntektene til voldsopfre.



■ Under parolen «Fred, kjærleik og resirkulering» har en liten gjeng ungdommer fra Sunnmøre stiftet den ideelle organisasjonen Fredensborger, som produserer t-skjortemerket Freddy. T-skjortene lages av gamle, resirkulerte t-skjorter, og overskuddet går til et årlig valgt utviklingsprosjekt.



FOTO: SCANPIX



Furre peker på et paradoks:

– Hvis en person begynner å kjøre Buddy til jobben hver dag, vil det gi han masse godvilje. Buddy, som til og med er laget av metall! Velger han derimot å sykle til jobben fra hver dag, som jo er et fantastisk miljøvennlig alternativ, vil han bli fremstilt som en idiot. Eller i beste fall som en streber.

JEANETTE E. H. HAMMER  
JEANETTE.HAMMER@FINANSAVISEN.NO