

Mer än bara färgglada t-shirts 2.0

Efter fem intensiva dagar i Tokyo har jag sett hundratals butikskoncept och fått in säkert flera miljoner intryck i mitt huvud. Här i världens retail huvudstad nummer ett råder det ingen brist på inspiration.

Butikerna är väldesignade, välorganiserade och spännande på så många plan. Personalens bemötande är generöst och respektfullt. Gata upp och gata ner förundras jag över japanernas kreativitet och förmåga att överraska. Men efter ett tag är det nästan svårt att ta in mer information, eller inspiration heller för den delen.

Men så plötsligt händer det igen. Jag får en unik upplevelse! Underbara Uniqlo står för leveransen. Deras nya UT koncept på MenjiDori i Harajuki är en uppenbarelse och den liknar ingenting jag sett tidigare. Inspirerad av en futuristisk supermarket har art directorn Kashiwa Sato skapat en upplevelse som för tankarna till en extremt organiserat rymdskepp.



T-shirts på burk.

Jag kliver in i en butik vars fasad påminner om en nattklubb med blinkande röda ljus och rullande text. Här säljs världens vanligaste produkt, t-shirten, på ett helt nytt sätt. Varje t-shirt är inrullad i en cylindrerformad smart burk.

Dessa burkar inreder butiken hyllplan efter hyllplan. Hela konceptet bygger på self service. Det är lätt att hitta och varje hylla har en digital skylt med pris och storlek.

En del av projekt UT är att man samarbetar med olika formgivare, konstnärer och designers, mer eller mindre kända, för att skapa olika limited edition t-shirts. Detta ger en känsla av mångfald utan att vara massmarket. Är du osäker på vilket motiv du är ute efter går du bara till den digitala terminalen och söker på motiv, storlek, färg eller designer. Tryck enter och ut kommer ett litet kvitto som visar var i butiken du hittar din unika t-tröja. Det hela känns smidigt och kul - uppgiften att hitta 'min' t-shirt blir ett rent nöje i denna välorganiserade affär.

Uniqlo, som är Japans svar på H&M eller Gap startades 1984 och betyder just Unique Clothing. Vad som är intressant med UT konceptet är att man kan göra något så spännande och nytt med något som är etablerat och mainstream. Här har man tagit ut en bästsäljare, t-shirten; renodlat och överdrivit, skruvat upp volymen, animerat omgivningen och skapat ett fantastiskt ungdomskoncept. Utan att kompromissa med det som är varumärkets Uniqlo värderingar, enkelhet, volym och kvalitet.

UT har också som alla mina favoritbutiker just nu en filosofi som kommuniceras på allt från labels till påsar. Denna filosofi handlar om att en t-shirt är så mycket mer än en t-shirt. Den är ett uttryck för min personlighet, var jag har varit och vad jag tycker om. Jag lämnar butiken med en unik souvenir från Tokyo.



Mikaela Dyhlén
Omvärldsanalytiker på BVD