

MODNI INKUBATOR 2026

FEB-JUN 2026

izobraževalno-mentorski program

O MODNEM INKUBATORJU

Štirimesečni izobraževalno-mentorski program je namenjen vsem modnim oblikovalcem – tako tistim, ki šele vstopajo na trg, kot tistim, ki na njem že delujejo, vendar želijo nadgraditi profesionalnost in konkurenčnost svojih blagovnih znamk. S programom pri Centru za kreativnost želimo okrepiti njihovo sposobnost, da svojo umetniško vizijo povežejo z jasno poslovno strategijo ter se vključijo v mednarodni modni ekosistem. Modni inkubator udeležencem omogoča, da svoje kolekcije razvijejo v tržno uspešne produkte ter ustvarijo pogoje za dolgoročen, profesionalen in konkurenčen razvoj blagovne znamke – doma in na tujih trgih.

Program Modnega inkubatorja sestavljajo delavnice, namenjene nadgradnji podjetniških kompetenc in obravnavi specifičnih izzivov modnih oblikovalcev na področjih razvoja kolekcije, poslovanja, trženja, prodaje in internacionalizacije; srečanja v živo s predstavitvami uspešnih praks ter priložnostmi za mreženje med udeleženci in strokovnjaki; ter individualno delo z mentorji in drugimi strokovnjaki.

Uspešni udeleženci programa prejmejo koprodukcijska sredstva ter dodatno podporo pri internacionalizaciji, krepitvi medijske prepoznavnosti, povezovanju z modnimi trgi v tujini in uvajanju novih tehnologij.

PREDAVATELJI IN MENTORJI, KI SO BILI VKLJUČENI V PROGRAM MODNI INKUBATOR 2026:

UROŠ BELANTIČ	LARA BOHINC
TJAŠA BRAČKO	PAOLA BRANDI
NATAŠA ČAGALJ	ANŽEJ DEŽAN
MARTA GIRALT DUNJÓ	NINA DREMELJ
ANŽE ERMENC	SANJA GRCIĆ
LUCIJA SILA KEJŽAR	ALEŠ PUSTOVRH
ANGELA LUKANOVICH RUPPRECHTER	ALMEDINA RAMIĆ
MELINDA REBREK	ROK STRITAR
TINA GORJANC ŠAFHALTER	ANDREA VARGA

UDELEŽENCI MODNEGA INKUBATORJA 2026

01	ANIKA OPARA – ÆMONA	4
02	JONA BEDNJANEC	5
03	BRINA VIDIC – BRENCHA	6
04	MONIKA COLJA – M N K C L	7
05	PETRA GRMEK GREEN – WORKHORSE_WEAR	8
06	ZALA HRASTAR – MORJA	9
07	JULIA KAJA HROVAT – JKH IDENTITY	10
08	LAN KREBS	11
09	NIKA MOČNIK	12
10	TANJA PAĐAN POHLEVEN – KISS THE FUTURE	13
11	NIKA RAVNIK	14
12	DOMEN SEDEJ – GHOST TOWN	15
13	NEJC ŠUBIC – VOLJA	16
14	HANA TAVČAR	17
15	ULA WEISS – ULAWEISS	18

ANIKA OPARA
ÆMONA

01

AEMONA.EU

@AEMONAOFFICIAL









»Moj najpomembnejši rezultat programa je posodobljen poslovni model in jasna vizija o nadaljnjem razvoju blagovne znamke.«

Anika Opara je modna oblikovalka, ki je znamko ÆMONA ustanovila z vizijo povezovanja sodobnih digitalnih pristopov in tradicionalne izdelave oblačil. Njeno delo temelji na pripovednosti, preciznosti, uporabi inovativnih pristopov in premišljenem oblikovanju, ki presega sezonske trende. ÆMONA je sodobna modna blagovna znamka, v središču katere je prepričanje, da oblačilo ni le izdelek, temveč sredstvo izražanja identitete in osebne transformacije.

Anika ustvarja kolekcije, ki pogosto črpajo navdih iz metafor, dvojnih pomenov in čustvenih stanj in zgodbo vsake kolekcije vtke v oblačilne kose. ÆMONA estetika združuje sodobno eleganco in subtilen futurizem. Znamka je namenjena ljudem, ki cenijo vrednote avtentičnosti, kakovosti in odgovornega oblikovanja z izdelavo manjših, nadzorovanih serij.

JONA BEDNJANEC

JONABEDNJANEC.COM

@JONA_BEDNJANEC









Foto: Anja Smaka

»Sodelovanje v programu je bilo zame zelo pozitivna in dragocena izkušnja. Program mi je pomagal tako na kreativnem kot poslovnem področju, saj sem skozi mentorstva, predavanja in individualna svetovanja dobila odgovore na številna vprašanja, dvome in izzive, s katerimi sem vstopila v program.«

Jona Bednjanec je tekstilna in modna oblikovalka, ki se osredotoča na pletenje kot svoj glavni medij oblikovanja. Pletenine razvija in oblikuje sama na pletilnih strojih ali ročno v svojem studiu v Ljubljani. Redno sodeluje tudi z lokalno proizvodnjo pletenin, tako ohranja kvaliteto izdelave in s tem tudi izvor izdelka, ki je v celoti izdelan lokalno. Inspiracijo črpa iz tehnologije pletenja, vzorcev ter tradicionalnih ročnih tehnik kot sta ročno pletenje in kvačkanje.

S svojo znamko pletenin je bila prisotna v trgovinah specializiranih za neodvisne mlade oblikovalce po Evropi in Ameriki, z (nagrajenimi) kolekcijami pletenin se predstavlja v sklopu Ljubljana Fashion Week ter redno sodeluje z slovenskimi oblikovalci in umetniki. V svojih kolekcijah Jona raziskuje različne tehnike pletenja, kombinacije materialov, tekstur in barv, skozi katere ustvarja igriv in samosvoj svet.

BRINA VIDIC
BRENCHA

SHOP.BRENCHA.COM

@BRENCHA_STUDIO



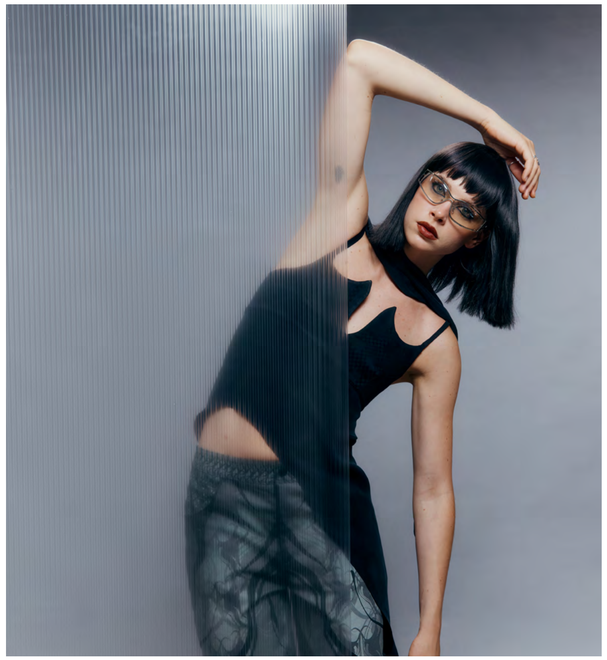


Foto: Arin Rapuš





»Program mi je bil zelo dragocena izkušnja predvsem zaradi dostopa do mentorjev in strokovnjakov, s katerimi sicer verjetno nikoli ne bi imela priložnosti govoriti o svoji znamki. Kot samostojna oblikovalka in "one woman brand" sem velik del svoje kariere sprejemala odločitve sama, zato mi je možnost rednega dialoga z mentorji in drugimi oblikovalci veliko pomenila.«

Brina Vidic je modna oblikovalka, ki deluje na presečiščih mode, kostumografije in vizualne umetnosti. Je ustanoviteljica blagovne znamke BRENCHA, ki temelji na ideji »subtle statements« in predstavlja oblačila, ki ne iščejo pozornosti z neposredno ekstravaganco, temveč jo gradijo skozi detajl, teksturo in brezčasno silhueto. V svojih kolekcijah združuje elemente historičnih ornamentov in razkošnih referenc s sodobno, nosljivo silhueto ter ustvarja prepoznaven vizualni jezik med minimalizmom in maksimalizmom. Poseben poudarek namenja lokalni in počasni produkciji. Kosi so izdelani v omejenih količinah, ročno in iz skrbno izbranih materialov. Znamka nagovarja ženske, ki iščejo posebne, a nosljive kose z izrazitim karakterjem ter želijo skozi oblačila izraziti svojo individualnost brez potrebe po pretiranem izpostavljanju.
Namesto neposrednega posnemanja zgodovine BRENCHA razvija lasten sistem motivov, tekstilov in detajlov, ki povezuje oblačila ter dodatke v enoten svet znamke. Znamka deluje po principu manjših capsule kolekcij in made-to-order pristopa, pri čemer posebno pozornost namenja uporabi deadstock materialov ter dolgoročnemu razvoju prepoznavnih kosov, ki presegajo sezonske trende.

MONIKA COLJA
M N K C L

@MNKCL

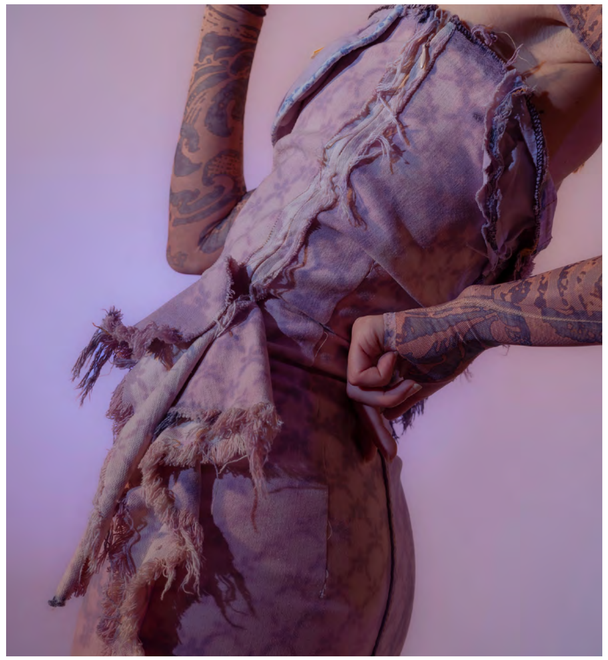




Foto: Pia Hočevar Mucič





»Najpomembnejši rezultat programa je bilo spoznanje, povzeto v misli "repetition is reputation", ki jo je izpostavila mentorica Paola Brandi – da se prepoznavna in močna blagovna znamka gradi skozi dosledno ponavljanje, razvijanje in utrjevanje svoje identitete, ne pa skozi nenehno ustvarjanje novega.«

M N K C L je modna znamka oblikovalke Monike Colja, s katero raziskuje materialnost tekstila, tisk in sodobne pristope k oblikovanju oblačil. Monikino oblikovanje oblačil se vrti okrog materialnosti in tiska. V svojem oblikovalskem izrazu se posveča najprej materialu in šele kasneje formi. Poseben poudarek namenja uporabi deadstock materialov in upciklaži jeansa, pri čemer vsak kos nastaja kot unikaten rezultat procesa. Kljub estetiki krhkosti in subtilnosti so Monikina dela močna v svojem izrazu in tako dobro prepoznavna.

Svojo prakso razvija skozi kolekcije, ki izhajajo iz osebnih in materialnih raziskav. M N K C L uporablja inovativen pristop k oblikovanju in izdelavi oblačil, kjer šivanje postane odveč in se oblačila sestavljajo preko procesa sitotiska. Znamka je prepoznavna po transparentnih potiskanih materialih, rekonstruiranem jeansu ter plastenju, ki skupaj ustvarjajo izrazito emocionalno in osebno estetiko, ter je namenjena posameznikom, ki skozi oblačila izražajo svojo identiteto, čustva in odnos do nepopolnosti.

PETRA GRMEK GREEN WORKHORSE_WEAR

@PETRAGRMEKGREEN

@WORKHORSE_WEAR







Foto: Anja Kužnik



»Čeprav sem pristopila k programu z večletnimi izkušnjami, čutim, da sem vendarle veliko koristnega odnesla. Nekje sem prejela potrditev, drugje boljši način dela ali bolj efektivna orodja. Vsekakor mi je program dal nov zagon in energijo ter koristne smernice za nadaljne delo.«

Petra Grmek Green je modna in tekstilna oblikovalka z več kot 20 leti mednarodnih izkušenj, ki trenutno razvija znamko delovnih oblačil Workhorse_Wear. Zasnovana je na principih krožnega gospodarstva in proizvedeno v Sloveniji. Znamka, katere tagline je Urban Utility Wear. Circular by Design., je namenjena sodobnemu urbanemu uporabniku, ki išče funkcionalna, vzdržljiva in odgovorno izdelana oblačila z dolgim življenjskim ciklom. Petra z novo kolekcijo vpeljuje koncept dveh življenjskih ciklov oblačila – od njegove prvotne funkcionalne uporabe do novega življenja v obliki nosljive umetnosti.

Vsako oblačilo je zasnovano z mislijo na dolgotrajnost in urbano funkcionalnost: kupi, nosi, popravi. Oblačilo, ki dela enako trdo kot njegov lastnik, je ustvarjeno za vsakodnevno uporabo in vzdrževanje. Ko se njegov prvi življenjski cikel zaključi in je oblačilo dotrajano, ga uporabnik vrne ter v zameno prejme popust. S tem se začne njegov drugi življenjski cikel – oblačilo se predela v nosljivo umetnost, odpadni material pa postane medij kreativnega izražanja. Konec enega življenja tako postane začetek drugega.

ZALA HRASTAR MORJA

06

MORJA.SI

@MORJA_ZALA





Foto: Olja Simčič Jer





»Najpomembnejši rezultat programa je, da sem naredila velik korak k jasnejši zasnovi spletne strani. Hkrati sem se naučila bolje prisluhniti nasvetom mentorjev in bolj aktivno stopati v stik s strankami ter potencialnimi sodelujočimi ustvarjalci.«

Zala Hrastar je akademska oblikovalka tekstilij in oblačil, ki deluje na presečišču mode, umetnosti in trajnostnega oblikovanja. Je ustanoviteljica blagovne znamke MORJA, kjer skozi upcycling in uporabo vintage materialov razvija poetičen, barvit in oseben oblikovalski izraz, ki presega koncept hitre mode in poudarja pripovednost oblačil. Njeno delo zaznamuje izrazita oblikovalska identiteta, raziskovanje krožnih praks, upcycling materialov ter razvijanje avtorskega pristopa znotraj sodobne trajnostne mode.

MORJA so unikatna kolažirana oblačila, ustvarjena za posameznike, ki si upajo živeti v barvah. Narejena so iz oblačil iz druge roke, za ljudi, ki cenijo pristne odnose in zgodbe ter verjamejo, da oblačila izražajo njihov značaj, prinesejo igrivost v vsakdan, ustvarjajo občutek pripadnosti in povezujejo posameznike s podobnimi vrednotami. MORJA verjame da je najlepše, ko cenimo to, kar že imamo, zato z osebnim pristopom in spoštljivim odnosom do materialov, ljudi in okolja, gradi družino pisanih zgodb.

JULIA KAJA HROVAT
JKH IDENTITY

JKH-IDENTITY.COM

@JKH_IDENTITY





Foto: Davor Umek





»Najpomembnejši rezultat programa je jasna definicija nove strategije delovanja blagovne znamke z uspešnim prehodom iz tradicionalnih sezonskih kolekcij na sistem časovno načrtovanih ekskluzivnih "dropov", ki odpira vrata za širjenje na mednarodni trg.«

Julia Kaja Hrovat je oblikovalka, ki s svojo blagovno znamko JKH identity ustvarja vizualni manifest, ki presega okvirje klasične mode. Svojo ustvarjalno pot gradi na stičišču slovenske kulturne dediščine, slovanske mitologije in sodobne mode, oblačilo pa razume kot medij pripovedovanja zgodb ter identitete. Jedro znamke predstavlja raziskovanje slovenske ornamentike, simbolike in mitologije, ki se izraža skozi prepoznavne avtorske grafične potiske. Kolekcije JKH identity združujejo pripovednost, močno vizualno identiteto in trajnostni pristop, vključno z uporabo digitalnega tiska z ekološkimi barvili ter dead-stock materialov. Silhuete so izrazite in pogosto voluminozne, a vedno nosljive, namenjene samozavestni sodobni ženski, ki se zaveda svojih korenin. Znamka se je uveljavila tudi skozi različna sodelovanja, med drugim z oblikovanjem uniform za slovensko ekipo na Euroskills ter s projekti na področju nakita, pokrival in naravne kozmetike.

LAN KREBS

@LANKREBS







Foto: Marijo Županov



»Program mi je predvsem pomagal pri določanju ustrezne cene produkta skupaj z mentorico Nino Dremelj ter pri vzpostavitvi spletne trgovine.«

Lan Krebs je magister modnega oblikovanja, ki je študij zaključil na The Swedish School of Textiles, kjer se je specializiral za področje pletenja s posebnim poudarkom na krožnih pletilnih strojih. Pletilni stroji predstavljajo osrednji del njegovega ustvarjalnega procesa, saj mu služijo kot neposredno odzivno orodje za skiciranje in prototipiranje ter mu omogočajo svobodno eksperimentiranje z materialom in formo. V svojem delu pletenje združuje s tehnikami, kot so tiskanje, barvanje in plisiranje, s čimer razvija inovativne tekstilne površine in strukture. Ta multidisciplinarni pristop mu omogoča raziskovanje novih estetik in konstrukcijskih metod, ki premikajo meje tradicionalnih pletenin.

Lan razvija istoimensko blagovno znamko, ki temelji na raziskovanju preprostih, standardiziranih materialov, predvsem jerseyja, ter njihovih možnosti transformacije skozi različne postprodukcijske procese. Estetika blagovne znamke temelji na strogi simetriji, ki nastane kot posledica odtisa vzorca in njegovega preslikavanja na drugo stran materiala. Ta proces ustvarja prepoznavno vizualno identiteto, v kateri se prepletata natančnost in eksperiment. Blagovna znamka je namenjena posameznikom, ki želijo v svojo garderobo vnesti premišljeno drugačnost, sodoben oblikovalski pristop in subtilno igrivost skozi tekstil ter konstrukcijo oblačil.

NIKA MOČNIK

MOCNIKNIKA.COM

@NIKAMOCNIIK





Foto: Pau Mateu Saez





»S programom sem postavila temelje, ki služijo kot osnova za ustanovitev svoje lastne blagovne znamke. Začela sem razmišljati o delih poslovanja, o katerih prej nisem, ki sežejo dlje od samega produkta. Že pred uradno ustanovitvijo znamke sem dobila dostop do vseh teh informacij, in dobila orodja s katerimi lahko opravljam v prihodnosti. Prvič sem spoznala nekatere slovenske modne oblikovalce, za kar prej nikoli nisem imela priložnosti. Prav tako sem prvič imela stik z mentorji, ki jih občudujem že od malih nog, in poleg nasvetov za delo dobila tudi kakšnega življenjskega.«

Nika Močnik je modna oblikovalka in oblikovalka obutve, katere delo zaznamuje igriv in humoren pristop, ki izhaja iz opazovanja vsakdanjih situacij, vedenja ljudi in nepričakovanih napak. Te prevaja v unikatne modne kose ter raziskuje odnos med funkcionalnostjo, absurdom in estetiko. Deluje med Slovenijo in Majorko, kjer oblikuje obutev za znamki Camper in Camper Lab. Pri delu jo močno navdihujejo kontrasti med okolji, kulturami in načini življenja obeh prostorov. Njena blagovna znamka se osredotoča na obutev in modne dodatke ter raziskuje identiteto skozi sodoben, igriv in konceptualno zasnovan dizajn. Navdih za novo kolekcijo izvira iz enostavnega vprašanja: kaj se zgodi z našimi oblačili in čevlji, ko se oblečemo v naglici? Ponesrečeni obrati, gube in trenutki, ki jih običajno spregledamo, pogosto ustvarijo nepričakovane oblike in zanimive detajle. Izhajajoč iz teh vsakodnevnih »napak« je Nika raziskovala, kako jih prevesti v oblikovanje obutve.

TANJA PAĐAN POHLEVEN KISS THE FUTURE

KISS-THE-FUTURE.COM

ANSELMA.SI





Foto: Tomaž Šantl





»Moja osebna izkušnja je bila precej zahtevna, saj me je program postavil izven cone udobja, predvsem na področju javnega nastopanja, predstavljanja in ubesedovanja lastnega dela. Prav v tem pa vidim tudi njegovo največjo vrednost. Spodbudil me je, da sem temeljiteje razmislila o identiteti, pozicioniranju in strateškem razvoju znamke. Program me je dejansko premaknil.«

Tanja Pađan Pohleven že več let deluje na kulturno-umetniškem področju kot oblikovalka in kostumografinja, kjer sodeluje pri projektih sodobnega plesa doma in v tujini ter pri mednarodnih modnih publikacijah. Na področju modnega oblikovanja razvija lastno blagovno znamko Kiss The Future, ki je nastala kot umetniški projekt z izrazito vizualno identiteto in se razvila v trajnostno modno znamko. Tanjino delo zaznamujejo vplivi znanstvene fantastike, urbane kulture in eksperimentalnega videa, znamko pa razume kot raziskovalni okvir, kjer oblačila nosijo narativno vlogo. Kolekcije temeljijo na uporabi vintage in »dead stock« materialov iz lokalnih okolij ter nastajajo v omejenih serijah in lokalni produkciji. Znamka je namenjena predvsem ženskam, ki cenijo kakovost, individualnost, trajnostni pristop in oblačila z jasno identiteto. Posebnost znamke je oblikovalski proces, ki poteka od materiala k formi. Kiss The Future se od drugih znamk razlikuje po raziskovalnem pristopu, značilni uporabi vintage in deadstock materialov ter močni pripovedni komponenti. Oblačila niso le uporabni predmeti, temveč nosilci zgodb, identitete in osebnega izraza.

NIKA RAVNIK

NIKARAVNIK.COM

@NIKARAVNIK_OFFICIAL





Foto: Matjaž Tančič





»Program mi je pomagal celostno pogledati na razvoj blagovne znamke in ne zgolj na oblikovalski proces. Največjo vrednost vidim v individualnem povezovanju z mentorji iz različnih strokovnih področij. V času programa sem razvila kolekcijo The Space Between, vzpostavila spletno trgovino ter oblikovala jasno strategijo za nadaljnji mednarodni razvoj blagovne znamke.«

Nika Ravnik je modna oblikovalka, kostumografinja in avtorica istoimenske blagovne znamke, posvečene raziskovanju nekonvencionalnega oblikovanja z ničnim odpadkom. Njena oblikovalska praksa se razvija na presečišču mode, umetnosti ter raziskovanja materiala, teksture in strukture oblačila, z izrazitim poudarkom na konceptualnem pristopu in trajnosti kot temeljni vrednoti. Preproste geometrijske forme predstavljajo izhodišče vsakega kosa, ki se skozi eksperiment, teksturo in premišljeno konstrukcijo razvije v kompleksne, a nosljive oblike.

Njen izraz zaznamujeta subtilna avantgardnost in brezčasnost, pri čemer oblačilo presega funkcijo ter postaja nosilec ideje, občutja in osebnega izraza. Nova kolekcija The Space Between je nadaljevanje kolekcije Fragments iz leta 2024, s katero Nika raziskuje prostor med funkcionalnostjo, eksperimentom, umetnostjo in vsakdanjo nosljivostjo. Temelji na procesu dekonstrukcije in rekonstrukcije klasičnih garderobnih kosov, pri čemer odstranjene dele nadomeščajo tekstilne manipulacije, ki ustvarjajo nove volumne in teksture.

DOMEN SEDEJ
GHOST TOWN

GHOSTTOWN.SI

@GHOSTTOWN_LJ

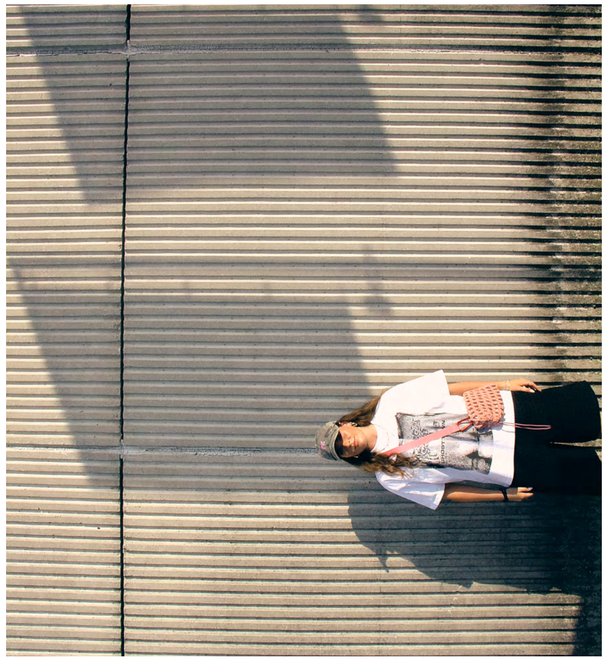




Foto: Domen Sedej, Maks Rotar





»Pohvala za organizacijo, znanje in podporo. Prav takšne priložnosti oblikovalcem in mladim znamkam v Sloveniji trenutno najbolj manjkajo. Zelo pomemben del programa je tudi mreženje, saj odpira prostor za nova poznanstva, povezovanja in priložnosti.«

Domen Sedej je soustanovitelj blagovne znamke Ghost Town, ki jo je leta 2022 zasnoval skupaj z Maksom Rotarjem z željo po ustvarjanju, povezovanju in grajenju skupnosti. Ghost Town deluje na presečišču mode, športa, kulture in skupnosti, s poudarkom na streetwear izrazu. Osredotoča se na premišljeno oblikovanje, kakovost materialov in vsestranskost kosov, hkrati pa verjame, da sta način predstavitve in svet, v katerem znamka obstaja, enako pomembna kot produkti sami, zato velik poudarek namenja vizualni podobi ter grajenju identitete znamke in skupnosti. Znamka navdih za oblačila in vizualni jezik črpa iz športa, glasbe, arhitekture in pop kulture, ki jih razume kot ključne elemente povezovanja. Domna motivira gradnja avtentične, dolgoročne znamke, ki presega zgolj oblačila ter deluje kot platforma za povezovanje, kreativno rast in razvoj lokalne scene. V ta namen sodeluje z umetniki, športniki in ustvarjalci, kot so Ian Hotko, Jacksy, Marko the Axe, Etcho, Kequetz, Meltdown,...

NEJC ŠUBIC VOLJA

ATELJEVOLJA.SI

@VOLJA__





Foto: Andraž Fijavž Bačovnik





»Zame osebno, po petih letih delovanja, je program ponudil koristno revizijo predpostavk in potrditev, da hitra rast ni vzdržen model v trenutni tržni situaciji — da pa premišljene, postopne investicije lahko postavijo konkretne temelje za dolgoročno delovanje v sektorju.«

Nejc Šubic je modni oblikovalec, ki razvija znamko Volja kot lokalno zasnovan sistem oblikovanja in proizvodnje, umeščen v atelje na Trubarjevi 55 v Ljubljani. Njegovo delo izhaja iz raziskovanja sodobnega moškega oblačila skozi prizmo lokalne proizvodnje, materialne odgovornosti in konstrukcijske natančnosti. Volja deluje v precepu modernega oblikovanja in obrtniške prakse – kot prostor, kjer se ideja razvija in realizira v istem okolju. Jedro znamke Volja je atelje kot delovni in predstavitveni prostor. Kolekcije srajc, jaken, hlač in dodatkov izhajajo iz dediščine delovnih oblačil, vendar so razvite skozi sodoben oblikovalski pristop, ki poudarja funkcionalnost, materialno kakovost in dolgoročno uporabo. Pomemben element znamke predstavlja tudi koncept "datum rojstva", s katerim vsak kos pridobi svojo časovno oznako in sledljivost. Ta pristop ne deluje kot dekorativni detajl, temveč kot način razmišljanja o oblačilu – kot objektu z lastno življenjsko dobo, vrednostjo in odnosom do uporabnika. Volja danes deluje kot preizkus možnosti, kako lahko sodobna modna znamka ostaja lokalna, produkcijsko transparentna in oblikovalsko relevantna hkrati.

HANA TAVČAR

HANATAVCAR.COM





Foto: Robert Ribič





»Program mi je pomagal oblikovati jasnejši načrt nadaljnjega razvoja znamke, poslovni model in bolje opredeliti ciljno skupino, kar zdaj usmerja tudi moje trženje in komunikacijo.«

Hana Tavčar je slikarka, oblikovalka ter avtorica istoimenske blagovne znamke modnih dodatkov in izdelkov za dom. Pri svojem delu izhaja iz tradicionalnih obrti in običajev, ki jih nadgrajuje s sodobnimi tehnologijami, ter razvija prepoznaven izraz na presečišču umetnosti, oblikovanja in rokodelstva. Njeni projekti temeljijo na premišljenem, trajnostnem in raziskovalnem pristopu, pri čemer pogosto izhaja iz bogatega znanja slikarstva in vizualne umetnosti. Znamka temelji na konceptualno usmerjenih kolekcijah, pri katerih predstavlja srž statement kos močne vizualne identitete. Zanj so značilni koncept prefabriciranosti oziroma uporaba že izdelanih elementov, prepoznavna silhueta in humor. Osrednji oziroma vodilni kos dopolnjujejo cenovno dostopnejši izdelki, ki tvorijo kolekcije premišljenih promocijskih izdelkov. Znamka je namenjena urbanim posameznikom, ki preferirajo izdelke z karakterjem, zgodbo ter humorjem.

ULA WEISS
ulaweiss

ULAWEISS.COM

@ULAWEISSTUDIO





Foto: Andraž Fijavž Bačovnik



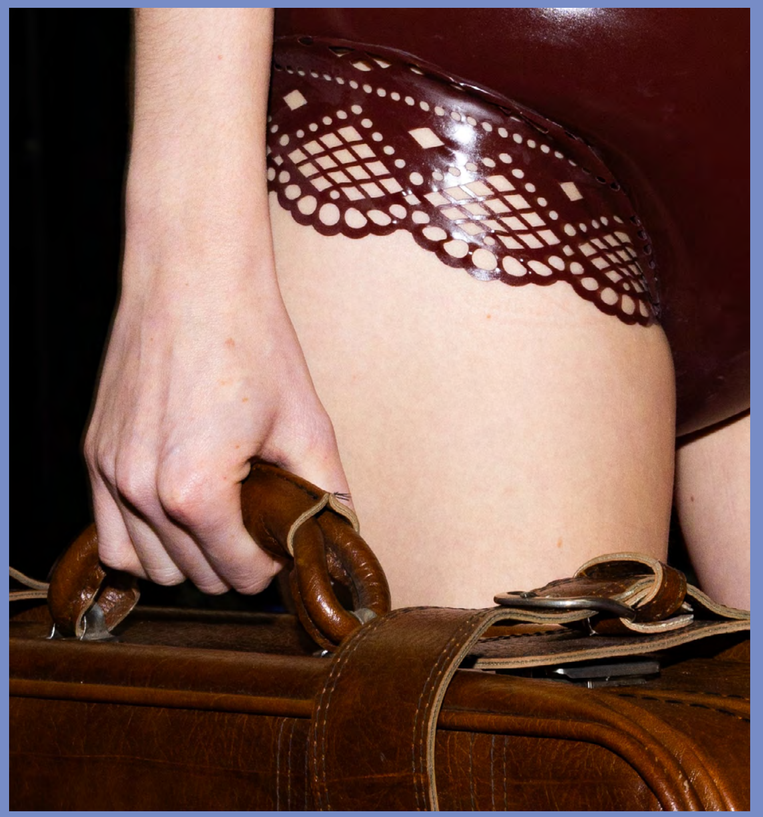


»Program mi je pomagal pri strukturiranju idej, razumevanju trga ter pri sprejemanju bolj premišljenih odločitev glede komunikacije, produkcije in nadaljnjega razvoja znamke. Posebej dragoceno se mi je zdelo mentorstvo, saj sem skozi pogovore in povratne informacije pridobila več samozavesti pri predstavljanju svojega dela in sprejela bolj realističen, a hkrati motivirajoč pogled na razvoj modne znamke v Sloveniji.«

Ula Weiss je modna oblikovalka in ustanoviteljica blagovne znamke ulaweiss, ki deluje na presečišču narave, umetnosti in trajnostnega oblikovanja. Njeno delo izhaja iz močne povezanosti z naravnim okoljem ter raziskovanja ravnovesja med organsko nepopolnostjo in arhitekturno strukturo oblačila. Med surovostjo naravnih vlaken in prefinjeno strukturo oblikovanja nastaja estetika, ki je hkrati občutena in doživeta. Blagovna znamka ulaweiss temelji na konceptu surovega luksuza ter razvoju krožnega pristopa, kjer oblačila niso potrošna, temveč trajna in razvijajoča se. Uporablja naravne materiale, z izrazitim poudarkom na konoplji, ter vključuje premišljeno rabo second-hand elementov in ročnega dela. Prva kolekcija Hempire postavlja temelje identitete znamke in raziskuje konopljo kot simbol odpornosti, čistosti in trajnosti. Ulino delo se razvija v smeri mednarodne prepoznavnosti, z vključevanjem v sodobne modne in umetniške kontekste ter predstavljanjem znamke v širšem evropskem prostoru. Oblačila ulaweiss so zasnovana kot nosilci zgodbe, ki se skozi čas razvijajo in pridobivajo karakter, hkrati pa ohranjajo stik z naravo in njenimi materiali.

MODNI INKUBATOR
IZOBRAŽEVALNO-MENTORSKI PROGRAM

IZVAJALEC	Nacionalna platforma Center za kreativnost
UREJANJE	Danaja Batinič
KOORDINACIJA PROGRAMA	Danaja Batinič, Ksenja Jaklič, Ela Mejač
OBLIKOVANJE	Pikto
FOTOGRAFIJA NA NASLOVNICI	Foto: Anja Smaka Modno oblikovanje: Sari Valenci
TISK	CC Print
NAKLADA	350 izvodov
BREZPLAČNA PUBLIKACIJA	
IZDAL IN ZALOŽIL	Center za kreativnost (CzK) Muzej za arhitekturo in oblikovanje Rusjanov trg 7 1000 Ljubljana
ZANJ	Maja Vardjan, direktorica Muzeja za arhitekturo in oblikovanje mag. Anja Zorko, vodja Centra za kreativnost



info@czk.si
www.czk.si
FB: Center za kreativnost
IG: @czk_centerzakreativnost

CENTER ZA KREATIVNOST
CENTRE FOR CREATIVITY

Sofinancira Evropska unija

I FEEL SLOVENIA

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KULTURO

Projekt je del programa Centra za kreativnost,
ki ga sofinancirata Evropska unija in Republika Slovenija.

Partnerji programa LJFW ELLE CENTER 9G