

Ubetydelig prislapp

Skandinaver kjøper 35.000 par Jacob Cohen-jeans i året til mellom 3.000 og 6.600 kroner. Da får de blant annet handsøm, knapper i sølv eller Rolex-stål og detaljer med ponnihår.

HILDE ORELD

THOMAS KOSSTAD i Teko Trading ble ikke genierklært da han lanserte jeansmerket Jacob Cohen i Norge i 2008. Det var finanskrisen og et umodent marked for å betale over 3.000 kroner for et par jeans.

Men L'Escalier i Oslo hadde tatt inn et parti med de italienske luksusbuksene, og det var kø for å få kjøpe. Jacob Cohen ble en snakkis. Og flere meglerhus, som hadde forbud mot jeans på jobb, åpnet opp for jeans på fredager, gitt at det var en Cohen-jeans.



Gutta gidder ikke lenger å kjøpe bling-bling designerjeans

THOMAS KOSSTAD, TEKOTRADING

– Nå er vi blant de tre største leverandørene av Jacob Cohen på verdensbasis. Vi snurrer rundt 35.000 par i året i Skandinavia nå. Det er god butikk, sier Kosstad. Han selger de håndlagde jeansene i

drøyt 70 butikker i Norge, Sverige og Danmark, og tidligere denne måneden åpnet han en ren Jacob Cohen-butikk i de gamle lokalene til Moods of Norway i motedistriktet i Akersgata i Oslo. Butikken er innredet med de materialene italienerne har bestemt. Alle butikkene skal være like.

– Her er det ikke spart på noe. Nå skal Jacob Cohen løftes ett hakk opp og bli et anerkjent luksusmerke, sier Kosstad.

Den første butikken med det nye designet åpnet i Milano, etterfulgt av St. Tropez og Courchevel. Nå sto Oslo for tur.

JACOB COHEN BLE grunnlagt i 1985 i Italia av Tato Bardelle. Han hadde tidligere etablert flere motemerker, og Cohen gikk umiddelbart inn på listen over luksusmerker som verdens første denim luksusmerke, og det første denim-merket som ble solgt i High-end butikker over hele verden. Men det ble først fart på salget i 2003 da Bardelles sønn tok over selskapet og gjorde noen grep.

– Jacob Cohen har vært et eventyr for oss, sier Kosstad, som også har merker som Morris, Moorer, Lardini, Giannetto Portofino og Limitato i porteføljen.

Teko Trading har vært gaselle fire år på rad. I fjor omsatte selskapet for 74 millioner kroner og hadde et driftsresultat på 3,6 millioner kroner.

– I løpet av en lørdag formiddag kan



NYTT KONSEPT: Jacob Cohen-butikkene innredes helt likt – akkurat slik italienerne har bestemt. FOTO: HILDE ORELD

Gunnar Øye selge Jacob Cohen-jeans for 70.000 kroner, sier Kosstad og synes det aller morsomste er når skeptikerne, som ikke tror at en bukse kan være verd sine mange tusenlapper, blir helfrelst og kjøper et par til.

JACOB COHEN GJØR nå som andre motehus og har utvidet med alt fra vesker og sko til parfyme, interiør, jakker, gensere, dame- og barnekolleksjon.

– Jeg har stor tro på damekolleksjonen fremover, sier Kosstad, i tråd med det Cohen-direktør Luca Levi fortalte til Sportswear International rett før sommeren: «Denim er fortsatt ryggraden til Jacob Cohen og det vi er mest kjent for internasjonalt, men vi tror merket har et enormt potensial for å vokse videre på damekolleksjonen».

I ÅR VIL SALGET ende på rundt 800 millioner kroner, og 70 prosent av dette er omsetning utenfor Italias grenser. De største markedene for Jacob Cohen er Tyskland, Frankrike, Storbritannia og Nord-Europa.

– Kundene våre er alt fra politimenn til meglere. Og det som gjør meg glad, er at de setter så stor pris på produktet. Det er alfa og omega. Gutta gidder ikke lenger å kjøpe bling-bling designerjeans. Og til denne prisen skal alt stemme, sier Thomas Kosstad, som selger flest bukser i prisklassen 3.000–4.000 kroner, men også limiterte utgaver til 6.600 kroner.



STILRENT OG EKSKLUSIVT: Jacob Cohen har flyttet inn i de gamle lokalene til Moods of Norway i Akersgata i Oslo.

FOTO: TEKOTRADING

hilde.oreld@finansavisen.no