



DEKORLØST: Det blir enkelt og skarpt når Acne Jeans lager kjoler. Denne koster 4000 kroner.



NAKEN SKULDER: I stedet for volanger får man en naken skulder. Bukse og topp fra Acne Jeans til henholdsvis 1000 og 1200 kroner.

STOCKHOLM (VG) Det summer over de hvite arbeidsbordene hos Acne Jeans i Nybrogatan i Stockholm.

Her tegnes det ikke bare smale bukser og kjoler med dype skjæringer, her lages også musikk, web, film og magasiner.

– Design, musikk og kunst er bare ulike måter å se form på, sier Jonny Johansson, sjefsdesigner i Acne Jeans til VG Helg.

Johansson, enkelt iført rød tømmerhuggerskjorte med



Enkelt, men stilfullt. Mote er blitt et økonomisk under for svenskene. Nå ruller de enda tyngre inn i norske handlegater.

Svenske

kragen brettet delvis inn, og cowboystøvler. Det er enkelt, rocka og mørkt. Akkurat som suksesskonseptet Acne Jeans nå selger ut i 400 forretninger over hele verden. Konsernets omsetning landet på 187 millioner svenske kroner i fjor.

Konsernet ser nå på butikkløst i vestre del av Oslo sentrum og håper å kunne åpne sin første konseptbutikk i løpet av året.

I 1997, et år etter at Jonny Johansson hadde skramlet sammen et kollektiv av designere, fikk han sydd opp 100 par jeans med råd tråd. Disse delte han ut til venner og bekjente. Buksene ble vilt populære og

førte til presseoppslag i motebiblene Vogue og Wallpaper.

Acne Jeans er en av mange svenske merkevarer innen motebransjen som har blitt til en storindustri: Til sammen omsetter merker som H&M, Tiger of Sweden, Cheap Monday, Nudie Jeans og Filippa K for milliarder.

Mote er blitt et viktig eksportprodukt, og i 2007 eksporterte svenskene klær for 8,9 milliarder kroner – uten at H&Ms milliardomsetning var regnet med. Det er en økning på 35 prosent fra 2006.

Norge er sammen med Danmark og Finland blant landene

som handler mest svensk mote: Vi importerte tekstilvarer fra Sverige for nesten en milliard svenske kroner i fjor.

Og Norge elsker svensk mote: Det var lang kø utenfor døren da den svenske lavpriskjeden Gina Tricot åpnet i Grendsen i Oslo i mars i år. Etter fem minutter var tre kolleksjonsvarer utsolgt. Kort tid senere åpnet kjeden med nesten en milliard i omsetning fire nye butikker. Ytterligere syv nye Gina-butikker skal åpne over hele Norge i løpet av 2007.

Oppskriften bak den svenske motesuksessen er enkel, mener Jonny Johansson.

■ Vi kjøper svensk mote for en milliard i året



EKSKLUSIVT OG BILLIG:
Skinnjakke og skjerf fra H & M til henholdsvis 1498 og 129 kroner.



SVENSK STIL: Filippa Ks målsetting er å tilby fremstående svenske produkter. Denne silkekjolen koster 1800 kroner.

bølgen

– Vi gjør hva vi liker og skyter fra hofta. Svenskene har en stor selvtillit når det gjelder design, og det har vi hatt lenge. Det begynte med Svensk Tenn i 1924. Josef Frank og Estrid Ericson laget det uanstrengte og elegante interiørkonseptet Svensk Tenn, som også i dag selges over hele verden.

– Vi våger å jobbe med vår historie og er den bevisst, sier Johansson videre.

Hos Filippa K i Söder Malerstrand noteres det en omsetning på 400 millioner. 60 prosent av omsetningen genereres utenfor Sverige. Konsernet, som ble startet i 1993, ser en svensk tradisjon for eksport:

– Vi er en liten økonomi i et lite land i utkanten av Europa.

For å lykkes, har eksport vært noe vi har strebet etter. Det er en

tradisjon for internasjonale foretak. Den siste tiden har vi sett en fremgang i kreative bransjer som musikk og design, sier Jan Carl Adelswärd, direktør i Filippa K.

Det er Sanna Aildax enig i. Hun er designer i Cheap Monday, som har gått fra å være en second hand-butikk i en drabantby til å bli en merkevare som selges fra 1000 butikker i 28 land:

– Når vi designer, tenker vi på å gå vår egen vei og stoler på hva vi selv føler er riktig. Vi ser på Ikea og H&M, som i sin tid startet opp med en enkeltbutikk, og tenker: «Hvis de kan, så kan vi også.»

SJEF: Rockestjerne, sjefsdesigner og markedsføringsjef. Acne Jeans-gründer Jonny Johansson med prøvekolleksjonen i Nybrogatan.



STRAMT KONSEPT: Acne-butikken på Normalmstorg kjører stramme linjer. I butikken kan folk titte i butikkens eget bibliotek av foto- og kunstbøker.

Filippa K og Acne er fortsatt blåbær i forhold til H&M, som med sine 60 000 ansatte hadde en omsetning på 80,1 milliarder svenske kroner i fjor. På Stockholmskontoret jobber et designlag på rundt 100 personer med høstmoten for 2008.

- Vi jobber med flere forskjellige konsepter og henter inspirasjon fra mange hold: Tendenser i tiden, stilikoner, TV-serier og folks referanser. Våre designere må ha følelse for hva som kommer til å skje, sier Catarina Midby, mote- og kommunikasjonsansvarlig for H&M til VG Helg.

Kjedens mål er også å vokse seg større. I 2006 åpnet de 168 nye butikker og har i dag 1345 butikker i 28 land.

Mens svenskene selger klær for milliarder, går det trått i Norge. Vi eksporterte ifølge SSB tekstilprodukter for 1,5 milliarder kroner i 2006. Men noen har likevel klart å gjøre seg bemerket. Arne & Carlos selger fra sin nettbutikk Online-chic.no og på det fasjonable varemagasinet Takashimaya i New York.

- Jeg tror at grunnen til at norsk moteindustri ikke er særlig stor, er at man her synes det er stygt å tenke kommersielt, sier Carlos Zachrisson til VG Helg.

Hos Acne Jeans er høstkolleksjonen for 2007 klar. Her finnes ikke en eneste volang, ikke en paljett eller en gullknapp.

- Svensk mote er minimalistisk, sier Lotta Ahlvar i det svenske moterådet. - Det skyldes at vi svensker ikke liker å skille oss ut, vi vil heller gli inn.

Av **INGA RAGNHILD HOLST**

epost: vg@helg@vg.no

Foto: **FRAN FERNANDEZ, BSMART** og **SVEIN-ERIK TØRAASEN**

Visste du at . . .

- Verdien av den svenske moteeksportporten er større enn både musikk- og spritindustrien?
- H&M har i snitt åpnet nesten 2 butikker i måneden siden starten i 1947.
- Cheap Monday oppsto som et lavprismærke fordi gründer Örjan Andersson syntes de andre jeansene han solgte var for dyre.
- Filippa K ble skapt i 1993 av Filippa Knutsson. Allerede året etter var klærne til salgs i Norge.
- Nudie Jeans ble startet i 2001 av Maria Erixon, Joakim Levin og Palle Stenberg. De produserer jeans som flørter med svensk raggarkultur.
- Tiger of Sweden ble grunnlagt i 1903, men la om profilen i 1993 og har siden da hatt en årlig gjennomsnittlig vekst på 27 prosent.
- Gina Tricot-kjeden har etter 10 år 60 butikker i Sverige. Ved utgangen av 2007 vil det være 11 butikker i Norge.



GLOBAL MOTE:

H&M-moten skal gå hjem i 28 land. Skinnjakke og kjole til henholdsvis 1498 og 298 kroner.



MANDAGSKLÆR: Ideen til Cheap Monday var å lage så billige klær som mulig og selge dem blant de dyre merkevarene. Navnet kom fra den gangen de bare ville selge klær på mandager.

BILLIG: Cheap Mondays gründer startet opp sitt eget merke da buksene han solgte i egen butikk var for dyre. Han halverte prisen på jeansene - og de sitter nå på rumpa til folk i 28 land, inkludert Norge.



POPULÆRT: Klærne ble revet ut av butikkhyllene da Gina Tricot åpnet sin første butikk i Norge. Konseptet er ikke ulikt H&M: billig mote og ukentlige nyheter i butikkene.

Foto: SCANPIX



EKSPORT- VARE:

Svenske Tigers 2006-omsetning var på 452 millioner svenske kroner, hvorav halvparten kommer fra eksport. Denne dressen koster 4495 kroner og slipset 599 kroner.



FLERE PRODUKTER:

H&M utvider stadig sortimentet og selger nå også sko. Disse fargeklattene koster 249 kroner.

VEKST:

Svenske Tiger er 104 år gammelt, men har hatt en formidabel økonomisk vekst de siste 14 årene. Topp og skjørt koster henholdsvis 895 og 1295 kroner.



HELT ENKELT:

Topp og bukse fra Filippa K, begge deler koster 1200 kroner.

