

ANDY KNIGHT VAN JEANS WEBSITE DEMINOLOGY

TEKST: GEORGETTE KONING

CELEBS MAKEN JEANS HOT

Je bent gek op jeans, en wilt op de hoogte blijven (wie niet?). Kijk eens op www.deminology.co.uk een site die helemaal is gewijd aan denim.

Over het ontstaan van zijn informatieve site zegt Andy Knight: 'Ik besteedde vreselijk veel tijd aan de zoektocht naar de perfecte jeans. Opeens dacht ik: ik kan toch niet de enige zijn die dat doet?' Dat was de start van Knights blog voor denimverslaafden.

Op Deminology tipt Knight obscure jeansmerken, bespreekt nieuwe labels (Japanse jeans zijn in opkomst!) en interviewt zo nu en dan een ontwerper. Abonnees ontvangen wekelijks een nieuwsbrief, er is een forum en soms valt er een broek te winnen bij een prijsvraag. Erg gemakkelijk zijn de foto's van celebs in jeans. Geen beroemdheid in spijkergoed ontgaat Knight. Vooral niet als ze een jeansflater slaan. Over Scarlett Johansson in een 'high waist' van het cultlabel Imitation of Christ vraagt Knight zich af hoe het toch mogelijk is dat een foute jeans zelfs een van de mooiste vrouwen ter wereld lomp en ordinair kan maken.

Bij het zien van de Deminology-site zou je toch zweren dat Knight (37) op zijn minst iets heeft met de mode. Maar hij blijkt geen modeachtergrond te hebben. Als denimverslaafde - sinds zijn zevende is hij op zoek naar de perfecte jeans - vindt Knight de tijd zijn site te vullen naast een drukke baan bij Internet Ad Network. Het laatste denimnieuws verzamelt de Londenaar (volgens hem is dat de 'jeanscapital of the world') hoofdzakelijk via internet en uit modebladen. Ook struint hij zijn favoriete jeansadressen af. Toppers zijn de jeansafdeling van de warenhuizen Harvey Nichols en Selfridges en winkels als American Classics en Diverse.

"Jeans veranderen continu. De trends

razen sneller voorbij dan ooit. Dat komt omdat elk merk om er uit te springen net iets anders probeert te doen."

Als je net als Knight levenslang op jeans gefocust bent en zo dicht op de jeansmarkt zit, kom je dan nog wel eens labels tegen die verrassen? "O zeker. Het merk April 77 ontwerpt erg interessante collecties met skinny jeans die geïnspireerd zijn op rock-'n-roll."

De opmars van goedkope labels als Cheap Monday maakt weinig indruk op Knight. "Goedkope jeans zijn er altijd al geweest. Levi's en Gap verkopen elk jaar miljoenen betaalbare broeken. En dat zal altijd zo blijven. De markt voor betaalbare denim is nou eenmaal groter dan die van premium denim."

VAN LEVI'S TOT MOSS

Op Deminology staan ongeveer zeventig links naar jeansmerken van onbekende merken als House of Cassette, APO Jeans, J Brand en Kasil Jeans tot succesvolle labels als Miss Sixty, Diesel en Acne Jeans. Het ambitieuze Nederlandse Blue Blood, dat onlangs een winkel opende in Tokio, ontbreekt. Jeanskenner Knight kent het merk maar is er niet kapot van. Hij denkt dat het niet eenvoudig zal zijn om wereldwijd bekend te worden.

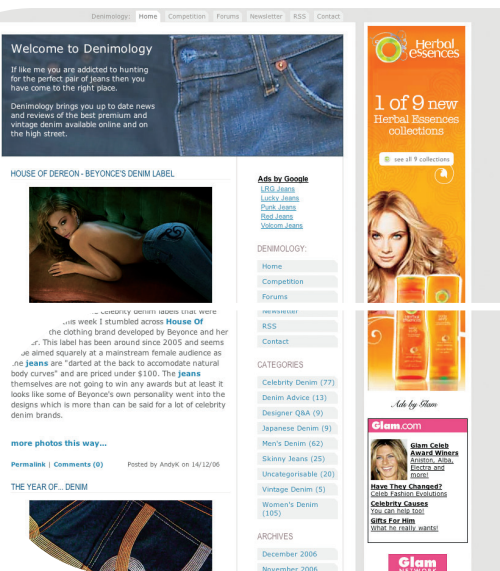
"De markt is vreselijk concurrerend.

Wil je tussen al die merken opvallen, en de top bereiken, dan moet je naast het lanceren van erg speciale jeans ook doen aan marketing die verbaast." Volgens Knight mag een label als Levi's wel weer eens wat doen om in de picture te blijven. "Levi's stelt mij al tijden teleur." Als Knight een eigen merk had, dan zou hij wel weten hoe de aandacht te trekken: "Zorgen dat Kate Moss in mijn jeans loopt!"

Een groot, en erg gemakkelijk deel van Deminology is gevuld met celebs en wat zij dragen. Hun invloed op de populariteit van een merk is volgens Knight groter dan ooit. "Als je een celeb zover kan krijgen om je label te dragen dan is dat momenteel de meest effectieve manier van marketing. Het Amerikaanse Siwy Denim bestaat nog geen twee jaar en heeft al tonnen aan *free publicity* gekregen omdat hun modellen worden gedragen door topmodel Kate Moss en actrice Lindsay Lohan," zegt Knight die tegenwoordig tot zijn genoegen ook regelmatig jeans toegestuurd krijgt. Nog blijer wordt Knight van positieve feedback van labels en bezoekers van zijn site. In de toekomst hoopt hij dat mensen eerst naar Deminology gaan als ze nieuws of informatie over jeans zoeken.

DE PERFECTE JEANS

Blogs en sites als Deminology krijgen



LINDSAY LOHAN IN JEANS HOTPANTS

JEANSFLATER SCARLETT JOHANSSON

volgens Knight steeds meer invloed op klanten. "Ze zijn een geweldige bron en handig om snel informatie op te zoeken." En natuurlijk om jeans te kopen. "Ik koop mijn jeans meestal via internet, het aanbod is gewoon vele malen groter dan in welke winkel dan ook."

Tot slot is LINK natuurlijk erg benieuwd naar wat de jeansfreak zelf draagt. "Mijn perfecte jeans is donker, heeft een rechte pijp, en is bij voorkeur gemaakt van Japanse selvage denim." Op de vraag hoeveel paren jeans hij in zijn kast heeft liggen, komt een ietwat teleurstellend antwoord. "Negen. Ze vervelen me snel, daarom heb ik er zo weinig. Als ik ze niet meer draag zet ik ze op eBay, dat geeft weer ruimte in de kast voor nieuwe."

Een goedkope smaak heeft hij niet. "Ik ben gek op premium jeans. Voor een reproduction Levi's Vintage 501s betaalde ik onlangs 180 pond. Mijn laatste aankoop was een fantastische en peperdure Studio D'Artisan SD - 103, een jeans uit Japan."

"Maar," wil Knight beslist nog even kwijt, "wat natuurlijk in geen enkele kast mag ontbreken is een Levi's 501." Aspiraties om zelf een label te ontwerpen sluimeren wel bij Knight, maar hij is ook realistisch. "Ik zou héél graag een label willen opzetten. Maar het stikt er al van. Ik houd me dus maar bij het schrijven over jeans."