

Perry Sport: na 150 jaar knock-out?

23-02-2016 12:40

Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

Perry&Co heet de winkel, die in 1866 voor het eerst zijn deuren opent in de Amsterdamse Kalverstraat. Het eerste Nederlands filiaal van The English American Warehouse Perry&Co is dan ook geen sportwinkel, maar een warenhuis gespecialiseerd in reisartikelen en speelgoed. De winkel staat bekend om zijn exclusieve, innovatieve producten van over de hele wereld. Hoe anders is dat 150 jaar later.

De verbazing is niet eens zo groot, als de directie van Unlimited Sports Group (USG) maandag bekendmaakt uitstel van betaling aan te vragen. In een tijd waarin de faillissementen in de detailhandel elkaar in rap tempo opvolgen, is de link met het moederbedrijf van Perry Sport en Aktiesport snel gelegd. Die laatste formule moet namelijk lijdzaam toezien hoe de samenwerking met het failliete Scapino strandt, waar Perry Sport plotsklaps al zijn omzet uit de shop-in-shops bij V&D ziet verdampen. 'Deze twee gebeurtenissen die praktisch tegelijkertijd plaatsvonden, gecombineerd met de al lastige retailmarkt waarin wij ons vandaag de dag bevinden, laten ons geen andere mogelijkheid dan vandaag uitstel van betaling aan te vragen voor USG Holding', aldus de directie in een brief aan zijn personeel.

De faillissementen van V&D en Scapino mogen dan de aanleiding vormen voor de surseanceaanvraag, de oorzaak zijn ze zeker niet. USG blijkt namelijk al in 2014 niet aan de bankconvenanten te kunnen voldoen. Bovendien ziet Perry Sport dat jaar zijn omzet teruglopen van 86,3 naar 78,9 miljoen euro, terwijl de winst van anderhalf miljoen euro wordt omgezet in achthonderdduizend euro verlies. USG komt uit op een [verlies](#) van 659 duizend euro.

Generiek

De oorzaak schuilt eerder in een gebrek aan onderscheidend vermogen, denkt retailexpert Cor Molenaar. Hij spreekt tegenover [RTL Z](#) van het 'stuck in the middle'-probleem. "Het is een hele generieke aanbieder van sportspullen. Mensen gaan graag naar een specialist: een hardloophwinkel bijvoorbeeld." Hans Eysink Smeets weet dat generieke sportwinkels geen mooie toekomst hebben. Consumenten zijn namelijk erg specifiek, als het om een hobby als sporten gaat. "Ze willen een bepaalde maat, dat ene merk. En de generieke winkels hebben die spullen vaak niet."

Opvallende verwijten aan het adres van Perry Sport, dat zich in zijn beginjaren juist als één van de grootste trendsetters van ons land beschouwt. Als het toenmalige Perry&Co zich aan het eind van de negentiende eeuw verzelfstandigt, komt de focus steeds meer op reizen en vrije tijd te liggen. Helemaal in de jaren twintig, als steeds meer warenhuizen uit de grond worden gestampt. Weinig van die warenhuizen hebben immers een eigen sportafdeling, waardoor Perry&Co zich kan blijven onderscheiden.

In de naoorlogse periode, als mensen meer van het leven willen genieten, richt Perry zich steeds meer op vrijetijdsbesteding. Het warenhuis ontpopt zich definitief tot een sportwinkel voor het actieve publiek, met kleding, sportartikelen en een uitgebreid kampeerassortiment.

Al die tijd is Perry&Co in handen van de familie Verster. In 1959 besluit Willem Verster het bedrijf echter te verkopen aan de Bijenkorf. De warenhuisketen laat Perry&Co fuseren met de sportwinkels van Leo van der Kar tot Perry van de Kar: de grootste en meest professionele sportwinkel van Nederland. In 1978 telt het

fusiebedrijf tien vestigingen, als het door de Bijenkorf wordt samengevoegd met de elf winkels van Sporthuis Centrum. Perry Sport is geboren.

Heel lang kan de Bijenkorf echter niet van de nieuwste sportketen genieten. Vanwege financiële problemen is de retailer genoodzaakt Perry Sport te verkopen aan Anton Dreesmann. Bijzonder is die transactie overigens niet, aangezien de topman van Vendex ook Kijkshop, Kreymborg, Edah, Praxis en uiteindelijk zelfs de Bijenkorf [koopt](#).

Onder het bewind van Dreesmann mag Perry Sport zijn eigen gang gaan. Dat resulteert onder meer in de oprichting van drie private labels, die elk gericht zijn op een andere collectiegroep binnen de winkelketen. SPEX is er voor casual beachwear, INQ voor sporters en Wildebeest voor outdoor. Drie merken die vandaag de dag nog door Perry Sport gevoerd worden, naast bekende merken als Nike, Adidas, Puma, The North Face, Le Coq Sportif en Helly Hansen.

Maar het zijn juist die laatste merken die de ondergang van Perry Sport hebben ingeluid, stelt een reageerder op [RetailNews](#). De 'ooit zo mooie Perry-winkels' zijn volgens hem verzeikt door de 'dumpmerken' uit het portfolio van Unlimited Sports Group. Die organisatie is in 2006 opgericht door investeringsmaatschappij Bencis Capital en Jos Gillebaard en Len Langenberg om bestaande retailers en merken op sport-, outdoor- en lifestylegebied te verzamelen. Daar past Aktiesport bij, en een jaar later ook hardfranchiseformule Time Out en de Belgische sportketen Primo.

Touchscreens

Wat USG niet te verwijten valt, is een gebrek aan investeringen in het online kanaal. Het concern werkte liefst drie jaar aan een op maat gemaakt platform dat het online- en offline kanaal van haar winkelketens op intelligente wijze aan elkaar knoopt. Het platform stuurt de orders die op internet of in een winkel worden geplaatst automatisch naar het magazijn of filiaal dat het artikel op voorraad heeft en het best in staat is de order af te handelen. "Wij hebben niet alleen de voorraden in onze magazijnen, maar ook de voorraden van al die winkels online beschikbaar gemaakt. Dat betekent dat wij onze complete voorraad nu altijd en overal kunnen aanbieden", zei Peter Jansen, directeur supplychain, e-commerce en ICT, eerder in [RetailTrends](#).

De voorraad van USG is niet alleen beschikbaar voor de klanten van de webshop, maar ook voor de klanten in de winkels. Elke winkel is inmiddels uitgerust met 42 inch touchscreens, waarop zowel klanten als medewerkers artikelen kunnen aanslaan die niet in die winkel op voorraad liggen. "Klanten kunnen die artikelen de volgende dag ophalen of laten thuisbezorgen. Op die manier hoeven we eigenlijk nooit meer nee te verkopen", stelt Jansen.

Nooit meer nee verkopen. Met de wijsheid van nu had Jansen dat waarschijnlijk liever anders geformuleerd. Want de winkels mogen dan weliswaar nog 'gewoon' anderhalve maand open blijven, V&D moest zijn deuren na eenzelfde periode definitief sluiten. Al denkt merkenstrateg Paul Moers niet dat alle filialen van Perry Sport en Aktiesport uit het straatbeeld verdwijnen. Sport is [volgens hem](#) een belangrijke markt in Nederland, waarbij Aktiesport zich op de onderkant richt en Perry Sport gespecialiseerd is in outdoor. "Daar zullen zeker investeringsmaatschappijen of ondernemers in geïnteresseerd zijn."

De curator gaat nu de interesse van bij andere partijen voor een overname peilen. Wie biedt?