

McGregor: van groeikanon tot zorgenkind

13-06-2016 10:48



Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

McGregor verkeert in surseance en staat daarmee op de rand van de afgrond. Het bedrijf bestaat nog geen 25 jaar en groeide lange tijd als kool, maar heeft ook jarenlang schulden gehad. Net enkele maanden nadat die allemaal zijn afgelost, dreigt plotseling een faillissement.

McGregor Fashion Group is in 1993 opgericht door Jeroen Schothorst, Ben Kolff en Victor Muller. In de loop der jaren kreeg het concern verschillende merken onder zijn hoede. Daaronder het gelijknamige merk McGregor, dat al sinds 1921 bestaat en waarvan Schothorst en co in 1993 de distributierechten verwierven, maar ook Gaastra, waarvan de geschiedenis teruggaat tot eind negentiende eeuw. In 23 jaar groeide de groep tot een groot modehuis met, maar niet zonder slag of stoot.

De ambities liegen er van begin af aan niet om. De nieuwe winkels volgen elkaar in hoog tempo op en in 1999, zes jaar na de oprichting, volgt een beursgang. Het doel: geld binnenhalen voor nog meer overnames en verdere groei. Ook daar maakt McGregor snel vaart mee: het neemt in 2000 een belang in het dan piepjonge Suitsupply, maar ook het iconische Gaastra komt onder de McGregor-vleugels. In 2006 vinden Schothorst, Kolff en de later ingestapte investeerder Marcel Boekhoorn het welletjes, en laten ze de beurs voor wat het is. Jarenlang lijkt er niets aan de hand, maar later blijkt dat de crisis ook aan McGregor niet voorbij gaat. De

periode van financiële voorspoed vóór de crisis, zorgt achteraf voor een forse strop, vertelde Schothorst in een afscheidsinterview aan [Quote](#). “Tijdens de absolute euforie en de totale gekte in de financiële wereld, zijn we na de beursgenoteerde periode in de verleiding gekomen 220 miljoen euro schuld op te nemen.” Het ging een tijdje goed, maar eind 2012 hikte het bedrijf nog altijd tegen 150 miljoen schuld aan.

Schuldenvrij

McGregor moest in 2013 dus met de financiers om tafel, en dat leek goed te gaan. De schuld bij zakenbank NIBC werd omgezet in aandelen en eind vorig jaar werd ook de lening bij ABN Amro afgekocht. Zo was McGregor tien jaar na het verlaten van de beurs weer schuldenvrij. Een startpunt voor nieuwe investeringen die moesten leiden tot verdere groei, stelde cfo Hans Platschorre. Daar begint het label meteen mee, bijvoorbeeld door de opening van een winkel in Amsterdam volgens een nieuw internationaal concept, begin dit jaar. Verder wordt afscheid genomen van de raad van commissarissen, die drie jaar terug een voorwaarde was van ABN Amro voor een herfinanciering. Er wordt een nieuwe raad aangekondigd waarin in ieder geval Schothorst en Kolff zullen plaatsnemen. Zij kondigen aan zich terug te trekken uit de directie. Ze voegen eind april de daad bij het woord en Armin Broger wordt benoemd tot ceo. “Door de stabiele basis kan ik nu makkelijk het stokje overdragen”, zegt Schothorst dan nog.

De surseance komt dus vrij onverwacht, bij een bedrijf dat op de goede weg leek om de boel na een roerige periode weer op de rit te krijgen. Is McGregor dan misschien simpelweg, zoals zoveel moderetailers die in de problemen zijn gekomen, slachtoffer geworden van online concurrentie in combinatie met te weinig vernieuwing? “Er is een overaanbod aan kledingwinkels”, zegt retailkenner Frank Quix tegenover [De Volkskrant](#). “H&M, Zara en Primark doen het goed, maar mensen bezuinigen op kleding in het iets duurdere segment. Ik denk dat dit McGregor parten speelt.” McGregor heeft de afgelopen jaren nagelaten om in te zetten op verjonging, vult merkstrateg Paul Moers aan in het [Algemeen Dagblad](#). “De doelgroep is verouderd. Eerst was die tussen de 35 en 45, nu eerder 45 tot zestig. Zonder aanwas van onderop red je het niet.” Daarnaast noemt hij de merken ‘wat suffig en oubollig’.

Transformatie

Ook Schothorst zelf zag de gevaren voor zijn bedrijf wel in, begin dit jaar. “Onze organisatie was ingericht als een groothandel met bijbehorende kostenstructuur”, zegt hij in het afscheidsinterview met [Quote](#). “Dat kun je nooit even snel afbouwen als de omzetsdaling, terwijl je tegelijkertijd ook moet investeren in nieuwe verkoopkanalen. Het is een enorme uitdaging en we zitten midden in die transformatie.” Daarnaast besteden Nederlanders relatief weinig aan kleding, zeker sinds de crisis, ziet hij. Maar McGregor presteert volgens hem, met die ongunstige omstandigheden in het achterhoofd, nog relatief goed. “Het is knap dat onze omzet de afgelopen jaren vrijwel niet gedaald is. Een teken dat we sterke merken hebben die in de huidige markt goed presteren.” McGregor is bovendien op tijd begonnen met de noodzakelijke hervormingen, aldus de toenmalig topman.

“Het oude model werkt niet meer.” Een uitspraak van Schothorst in [De Financiële Telegraaf](#) eind vorig jaar. Hij doelde daarbij op de traditionele kledingwinkel, kleine onafhankelijke detaillisten. Lange tijd waren zij de belangrijkste bron van inkomsten voor McGregor. “Na 22 jaar kunnen we zeggen dat dit de weg niet meer is”, zegt hij naar aanleiding van de afnemende wholesale-opbrengsten. Hij voorspelt een winkelstraat die niet meer zal zijn dan een verlengstuk van de webshop. Nu het een half jaar later nog maar de vraag is hoe lang de deuren van McGregor, Gaastra en Adam Brandstore nog open zijn, gaat die ontwikkeling ongetwijfeld sneller dan hij had voorzien.