

Waarom Witteveen het niet wist te redden

26-07-2017 11:39



Een half miljoen euro telde O&C naar verluidt neer voor Witteveen Mode. Heel lang heeft de investeringsmaatschappij niet van zijn aankoop kunnen genieten. Anderhalf jaar na de overname is Witteveen Mode failliet verklaard.

De geschiedenis van Witteveen Mode gaat terug tot in de negentiende eeuw. Meindert Witteveen opende in 1883 een manufacturezaak in Heerenveen en vanaf 1900 werd die Mantelmagazijn Witteveen genoemd. Veel banden met dit familiebedrijf heeft het huidige modeconcern niet meer. Zo werden de aandelen in 1896 overgenomen door Hij Mannenmode – de voorloper van WE Fashion – waarna de winkels al snel werden omgebouwd tot Zij. Dankzij een eerdere splitsing van het familiebedrijf bleef de naam Witteveen behouden en werd de afgelopen decennia een nieuwe keten van winkels opgebouwd. De familie Witteveen was toen al lang niet meer bij de zaak betrokken.

Witteveen Mode telt 98 vestigingen in ons land. Vorige week vrijdag werd nog een feestelijke opening in Drachten gevierd. Het betekende de eerste winkel van het kledingconcern in Friesland. “Het is een nieuw pand op een hoek met veel glas, perfect om echt te laten zien wat ons nieuwe concept is”, vertelde verkoopdirecteur Adri-Jo Dielissen onlangs nog tegenover [RetailTrends](#). Op de vraag waarom in Friesland, antwoordde hij: “We weten dat we daar veel klanten hebben. Dat weten we van onze winkels uit de omgeving, maar ook van de verkopen in de webshop.”

Dielissen sprak destijds ook zijn geloof uit in de bijna honderd winkels van Witteveen. “Er zijn de afgelopen jaren veel winkels bijgekomen, maar we hebben nu al een tijdje zo’n honderd winkels. Er gaat er soms één open en soms sluiten we de deuren van een winkel. In de basis geloof ik in de honderd winkels die we nu hebben.” Kansen zag hij vooral voor het merk Witteveen, bijvoorbeeld door de collecties te verkopen via online spelers. “Dat doen we nu nog niet, maar maakt zeker onderdeel uit van onze strategie. Ook richten we ons op de communicatie met onze doelgroep, dat is ongelooflijk belangrijk. Dat kan via een Margriet Fair, maar ook via social media. Onze doelgroep zit veel op Facebook en Instagram en daar willen we steeds meer met hen in gesprek gaan. Witteveen is een heel bestendig Nederlands merk en we doen ons best om dat zo te houden.”

Alle inspanningen ten spijt is Witteveen Mode dinsdag door de rechtbank Midden-Nederland failliet verklaard. Een hoge belastingschuld is daar debet aan, meldt [De Telegraaf](#). Omdat Witteveen zich niet aan een betalingsregeling zou hebben gehouden, zag de Belastingdienst zich gedwongen het faillissement aan te vragen.

Eerder dit jaar meldde [RetailNews](#) al dat de retailer moeite had om aan zijn betalingsverplichtingen te kunnen voldoen. In 2015 werd een verlies van bijna negen ton geboekt, tegenover 1,4 miljoen euro in 2014. Ook vorig jaar was het resultaat negatief, maar de directie verwachtte dit jaar een verbetering te zien. De hoop was daarbij ook gevestigd op een ‘debt-for-equity swap’ met ABN Amro, ter waarde van 3,6 miljoen euro. De huisbank kreeg vorige maand nog toestemming om samen met O&C zeggenschap te krijgen over Witteveen, maar nog voor die transactie kon worden afgerond ging de keten op de fles.

De oorzaak van het faillissement klinkt door in de antwoorden die verkoopdirecteur Dielissen onlangs gaf. Hij vertelde dat Witteveen zich van oudsher op de iets oudere dames richt en een vast klantenbestand onder die doelgroep te hebben opgebouwd. “De laatste jaren hebben we hen iets te weinig verrast. Ook de aanwas van nieuwe klanten is gestopt, terwijl er steeds meer dames van boven de zestig bijkomen.”

Een update van de winkels moest uitkomst bieden. Een handvol winkels waren al van een nieuw winkelconcept voorzien. Die winkels zijn lichter, transparanter en hebben meer ruimte voor inspiratie. “Zo staat er bij binnenkomst een grote tafel waar we verschillende combinaties laten zien”, aldus Dielissen. Met het nieuwe winkelconcept ging Witteveen volgens hem mee met de doelgroep, die de afgelopen jaren is veranderd. “We richten ons nog steeds op de wat oudere vrouw, maar die kleedt zich anders dan tien tot vijftien jaar geleden. Onze service en lokale betrokkenheid vinden ze nog even belangrijk – vandaar dat we ook koffiecorners hebben in onze winkels – maar het mag allemaal iets modischer en vlotter. Dat geldt voor het winkelconcept, maar ook voor onze collectie en ons imago. Daarom werken we nu samen met Quinty Trustfull.”

Over de financiële prestaties van Witteveen Mode wilde Dielissen het niet hebben. Datzelfde gold voor de overname door O&C, een investeerder die zich richt op ondernemingen die onderpresteren of in een financiële crisis verkeren. “Ik kan alleen maar zeggen dat het ons scherper heeft gemaakt.”

O&C is in handen van Jurgen Spies, die volgens [Het Financieele Dagblad](#) naar voren werd geschoven door toenmalig grootaandeelhouder Ronald Verheij. De multimiljonair zou daarvoor onderhandelingen met Varova, de investeerder achter onder meer Gsus, Sissy-Boy en Men at Work, hebben getraineed. Ook zou Purdey, het winstgevendste onderdeel van zijn andere modeconcern Brova, bij O&C worden geparkeerd. Die verkoop werd door de rechter teruggedraaid, nadat de curatoren van Brova ertegen in opstand waren gekomen.

Uiteindelijk vonden de curatoren van Brova voor alle onderdelen een koper, waardoor zowel Purdey als winkels van HoutBrox en Duthler behouden bleven voor de winkelstraat. Of dat ook met Witteveen Mode gaat lukken is nog maar de vraag. Rinke Dulack is inmiddels aangesteld als curator van de failliete damesmodeketen. Hij verkocht eerder het failliete Halfords [met succes](#) aan franchisenemers. Dulack zit deze dagen op het

hoofdkantoor van Witteveen Mode in Zeist om alle opties te bekijken. Een logische koper lijkt FNG, het moederbedrijf van onder meer Miss Etam, Claudia Sträter, Steps en Espresso dat zich heeft opgeworpen als [consolidator](#) in de modebranche. Of wellicht wil Varova, dat is gespecialiseerd in het revitaliseren en opbouwen van merken en bedrijven, alsnog toehappen. Partner Maarten Vaessen [vertelde](#) al eens in RetailTrends uitdagingen niet uit de weg te gaan. “Het mag best een beetje bloederig zijn.”

Nick Möller