

# Hoe gaat het met Bellamy Gallery?

12-08-2021 15:43



**Tien nieuwe RetailRookies pitchten hun concept tijdens RetailTrends Live, op 9 september in het DeLaMar Theater. In aanloop daarnaartoe spreken we met verschillende oud-RetailRookies om te kijken hoe het hen nu vergaat. Vandaag: Bellamy Gallery, dat consumenten anders wil leren omgaan met kleding.**

Veel mensen dromen ervan: een eigen concept bedenken, een bedrijf opbouwen en er iets groots van maken. Voor Mireille van der Sprong is het iets heel anders dat haar er in 2016 toe beweegt, na een mooie carrière in fashionretail, voor zichzelf te beginnen.

“Ik had het gevoel dat het modesysteem niet klopte. De marges moesten steeds maar hoger, terwijl consumenten steeds minder voor kleding willen betalen. Iemand moet daar de prijs voor betalen en dat zijn niet de mensen op het hoofdkantoor, maar de fabrieksarbeiders en het milieu.”

Van der Sprong vervult diverse bestuursfuncties, waaronder twee jaar lang de rol van commercieel directeur bij Miss Etam. Ze krijgt daarna nog meerdere contracten aangeboden om ceo bij grote retailformules te worden, maar kan daar niet meer met goed gevoel een handtekening onder zetten.

In plaats daarvan zet ze samen met Imke Bens Bellamy Gallery op. Het doel: de fashionindustrie duurzamer en eerlijker maken. Het middel: kleding die van goede kwaliteit is, tijdloos is en daardoor bij alles gecombineerd kan worden en dicht bij huis is geproduceerd.

### **Minder winkels, wel echte brandstores**

Met die aanpak wordt Bellamy Gallery in 2016 geselecteerd als een van de tien RetailRookies. Nu, vijf jaar later, is er een hoop veranderd. Niet zozeer op het gebied van winkels: dat waren er toen vier, zijn er op het hoogtepunt tien geweest en momenteel vijf. En het worden er minder. “De strategie is om er twee of drie open te houden”, zegt Van der Sprong.

In tegenstelling tot nu moeten dat dan wel echte brandstores zijn. “We hebben nooit geïnvesteerd in de winkels, alle aandacht moest naar het product. Nog altijd zien onze winkels er niet mooi uit. Dat matcht niet met een mooi product en een goede filosofie erachter, daarom willen we daar nu wél in investeren. Maar dan niet op zes locaties.”

Zoveel winkels heeft Bellamy Gallery niet meer nodig omdat de oud-Rookie sinds 2019 ook in wholesale zit. De kleding wordt verkocht in tientallen multibrandwinkels in Nederland, België en Duitsland. “We wilden het aanvankelijk niet, omdat we ons product voor een zo laag mogelijke prijs en met maximale transparantie wilden aanbieden.”





(Te) snelle groei

Toch sluit wholesale uiteindelijk beter aan bij het grotere doel. "Ik wil niet dat iedereen alleen maar in Bellamy-kleding loopt, maar dat juist combineert met andere items. Dan moet je in een andere omgeving zitten. Bovendien kunnen we zo meer schaal creëren en het feit dat we tussen andere merken hangen houdt ons scherp."

Operationeel betekent de stap naar multibrandstores nogal wat voor Bellamy Gallery. De aantallen zijn ineens stukken groter en de afspraken met leveranciers moeten strakker geregeld worden. De voormalige RetailRookie heeft inmiddels een kleine veertig medewerkers.

"We groeien nu eigenlijk te hard. Momenteel breekt er een fase aan waarin we daar de organisatie op moeten aanpassen en investeren. Ook in zaken die niet morgen meer omzet opleveren, zoals de backoffice."

Voor deze technische kant van het bedrijf is inmiddels een manager aangenomen, want dat behoort niet tot de favoriete onderdelen van Van der Sprong zelf. "Ik ben strategisch veel sterker dan operationeel."

### **Niet getrouwd**

Mede daarom zoekt Bellamy Gallery naar investeerders om de verdere groei te financieren. "Imke en ik hebben beiden nooit de droom gehad een eigen bedrijf te hebben. Ik ben niet getrouwd met Bellamy Gallery, het hoeft niet per se van mij te blijven. Maar het gedachtegoed moet doorgaan."

Van der Sprong durft het in 2016 aan een ambitieuze omzetdoelstelling neer te zetten voor de komende vijf jaar: tien miljoen euro. "Dat had misschien gekund als we eerder met wholesale waren begonnen, of als corona er niet tussen was gekomen", zegt ze nu. "We zitten nu op de helft."

Erg druk maakt ze zich daar niet om. "Omzet is niet zo relevant. Natuurlijk moet je je vaste lasten kunnen betalen, maar ik kijk ook naar het aantal verkochte items. Wéér vijfduizend mensen in een maand die in aanraking zijn gekomen met Bellamy Gallery, van wie ik zeker weet dat ze er blij mee zijn en het heel vaak gaan dragen."

Bellamy Gallery zat met zijn winkellocaties, in centra van steden als Maastricht, Den Bosch en Haarlem, net op de plekken die in de coronacrisis het hardst leden. Dat heeft Van der Sprong aan het denken gezet. "Je moet je nootjes op verschillende plankjes leggen, want je weet gewoon nooit wat er gebeurt. We kunnen morgen met een cyberaanval te maken krijgen, dan zijn we een miljoen omzet kwijt."

Voor wat betreft winkellocaties wil ze daarom nu met een schone lei beginnen. "We onderzoeken met welke locaties we de beste spreiding kunnen krijgen." Ze is er nog niet uit waar toekomstige winkels het beste kunnen zitten.

Voor het eerst een outlet

Ondanks het zware jaar heeft Bellamy Gallery 2020 break-even kunnen afsluiten en geen beroep gedaan op overheidssteun. Dat is mede te danken aan de relatief korte tijd tussen productie en inkoop, waardoor het merk goed op actuele ontwikkelingen kan inspelen.

Dat lukt door dicht bij huis (in Europa) te produceren en nauwe contacten met fabrikanten, waardoor lagere voorraden worden aangehouden. "Maar eerlijk is eerlijk, ook wij hebben nu voor het eerst in vijf jaar een outletafdeling."

## FOOTPRINT PASSPORT

SIZE *m*

NAME OF YOUR  
NEW FRIEND:

*Judith*



MATERIAL

*100% merino wol*

ENVIRONMENTAL  
IMPACT:

HIGH

MEDIUM

**LOW**



SHORT  
TRAVELED FROM:

*Italy, toscane*

### WHY THIS ITEM WILL BE YOUR FRIEND FOR YEARS



LIFE CYCLE

SHORT

MEDIUM

**LONG**



COMBINABILITY

LOW

MEDIUM

**HIGH**

### HOW TO MAKE IT LAST FOR YEARS



CARE  
INSTRUCTIONS:

*Buiten laten luchten,  
handwas 30 graden  
geen centrifuge*



### ***Kaartje van een Bellamy-kledingstuk***

Speerpunt voor de toekomst is voor Bellamy Gallery om de levertijden nog verder te verkorten. Retailers zijn gewend om nu al in te kopen voor volgend jaar zomer. Maar doordat consumenten steeds milieubewuster zijn én de grondstoffen van kleding duurder worden, zullen zij volgens Van der Sprong structureel minder gaan kopen.

### **Burgerplicht**

“Dat betekent dat je als retailer slimmer moet inkopen. Uiteindelijk willen we toe naar *supply on demand*: produceren op basis van de daadwerkelijke vraag.” Stapsgewijs wil Van der Sprong toewerken naar een levertijd van drie weken na het inkoopmoment. “Daar hopen we over twee of drie jaar te staan.”

Zo ontstaat volgens haar een nieuwe balans, met aan de ene kant een consuminderende consument en aan de andere kant een retailer die minder voorraden aanhoudt, meer full price verkoopt en zo zijn bestaansrecht behoudt. “Kortom, minder verspilling en meer eigen verantwoordelijkheid. Zie het als een burgerplicht.”

*RetailTrends presenteert jaarlijks tien nieuwe RetailRookies. Op 9 september pitchen zij hun concept tijdens RetailTrends Live in het Amsterdamse DeLaMar Theater, waarna een vakjury (onder voorzitterschap van hoofdsponsor ABN Amro) en het publiek samen de RetailRookie of the Year kiezen. De genomineerde concepten [vind je hier](#). Wil je meer informatie over het event of gelijk een ticket kopen, [kijk dan hier](#).*

Amnon Vogel