

PM UNITED BRANDS GROEIT RAZENDSNEL

Sportketen loopt België onder de voet

Begin juli opent PM United Brands zijn tiende sportwinkel in België. Tegen 2007 moeten dat er ruim twintig zijn, waarmee de keten het hele land zou bestrijken. Een grote vestiging in hartje Antwerpen moet het nieuwe visitekaartje worden.

Nukkig schikt Marc Piessens, gedelegeerd bestuurder van sportketen PM United Brands, zich naar de richtlijnen van de fotograaf. Door de snelle expansie voelt de Antwerpse chief executive officer zich moreel verplicht om uit de schaduw te treden. Sommige mensen stellen zich immers vragen bij het tempo waarin de groep van de nobele onbekende groeit.

Marc Piessens (46) is heel klein begonnen. Zeventien jaar geleden startte de skifanaat met een sportwinkel in Sint-Katelijne-Waver. Daarna volgde een vestiging in Aarschot en een winkel bij de skipiste van Anderlecht, waarvan Piessens destijds ook aandeelhouder was. „Toen zijn we gaan nadenken over de toekomst. Met het oog op het wegvallen van de grenzen binnen Europa en de nieuwe concurrentieverhoudingen, bedachten we een totaal nieuw concept. In die tijd was het revolutionair om Nike, Adidas en Reebok in een zogenaamde *shop in the shop* naast el-

kaar te zetten.”

Aarschot en Anderlecht pasten niet langer in het nieuwe plaatje en werden afgestoten. De winkel in Sint-Katelijne-Waver werd wel behouden. Het vrijgekomen kapitaal werd begin 1998 integraal geïnvesteerd in een nieuwe pilootwinkel op de Antwerpse Groenplaats. Daar bleek al gauw dat Piessens op het juiste spoor zat. De beperkte oppervlakte van amper 750 vierkante meter belette echter dat hij zijn concept verder kon uitwerken. Twee jaar na Antwerpen startte hij daarom in Hasselt een derde winkel.

Kort daarna bood zich een nieuwe uitdaging aan. Piessens nam *Shoe Lux* uit Geel over en integreerde de bestaande sportwinkel in de groep. Blijkbaar leverde dat geen onoverkomelijke problemen op, want later volgden nog overnames in Oud-Turnhout (*Tressex Sport*) en Genk (*Snowboard/Skateshop*). Ondertussen kwamen er ook nog nieuwe winkels bij in Leuven, Luik en Brussel, waardoor PM United Brands momenteel afklokt op negen winkelpunten.

Zwanenzang van de traditionele sportwinkel

Piessens deelt de sportmarkt op in drie segmenten, naargelang van het assortiment. „Onderaan zitten de grote ketens als *Décaathlon*, *Primo*, *Gosport* en *Disport*. In het middensegment vinden we een klein aantal gespecialiseerde zelfstandigen, en aan de top zat er tot voor kort niemand. Die niche hebben wij nu ingepalmd.

95 % van het assortiment van PM United Brands zijn topmerken. Private labels vindt u er nauwelijks.