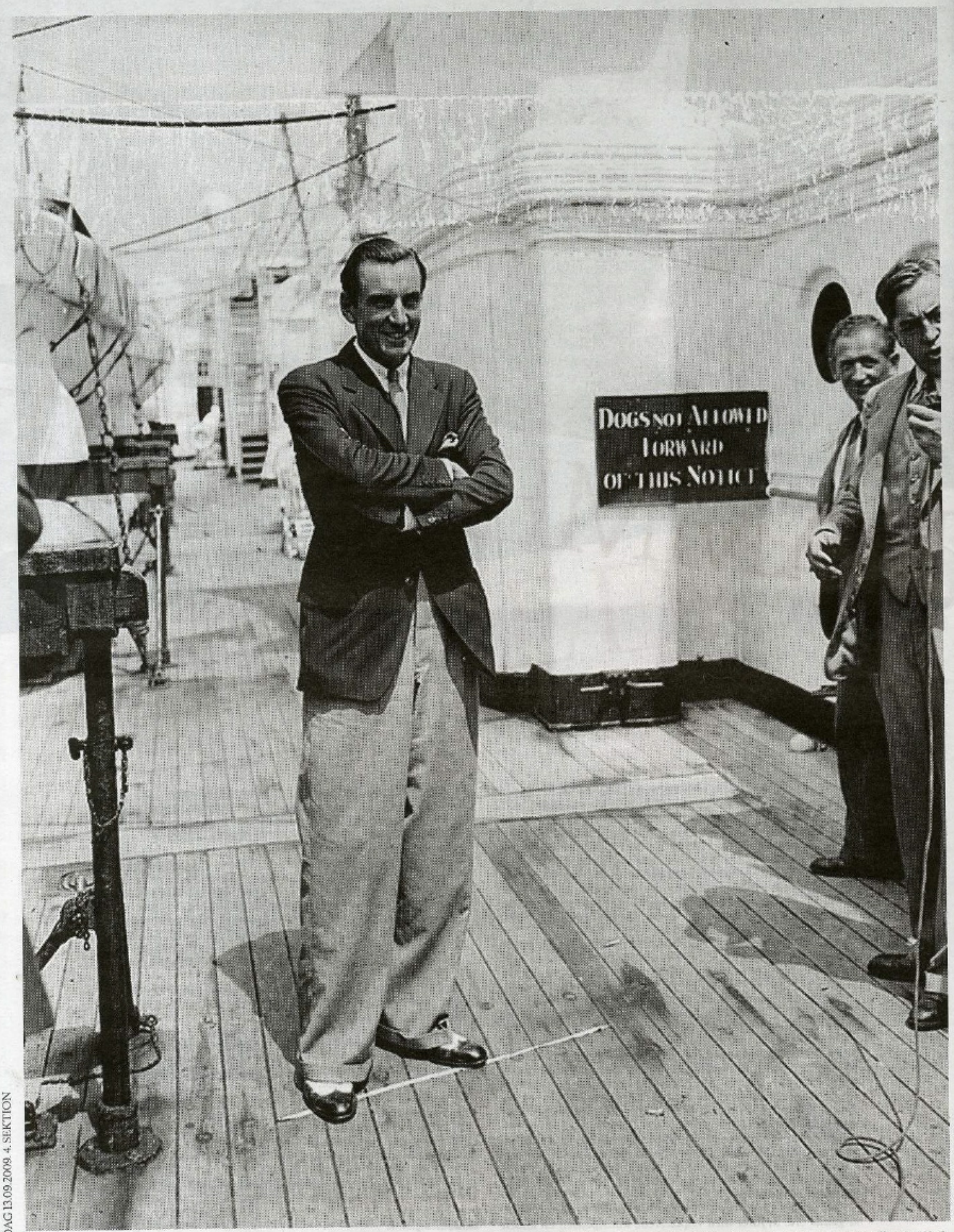


En altid velklædt Fred Perry om bord på Southhampton, før han skulle spille i New York.

Fred Perry spiller igen

AF CAMILLA ALFTHAN FOTO: FRED PERRY ARCHIVES

MODE

Fred Perry var ikke kun et fænomen på tennisbanerne. Han var også arbejdersønnen, der endte med at kurtisere filmstjerner og skabe tøj, som skulle blive en del af den britiske musikkultur. I år ville Perry – der havde nære bånd til Danmark – være fyldt 100 år.

Det var Fred Perrys nådesløse slag og improviserende spil, der gjorde ham til en legende på alle verdens tennisbaner og som betød, at han som den eneste brite nogensinde vandt Wimbledon tre gange i træk, foruden de øvrige tre grand slams i Paris, Sydney og New York.

Moden spillede også en væsentlig rolle for den velbyggede englænder, der altid var særdeles velklædt, for ikke at sige en laps. Da han som dreng var på ferie med sine forældre og tilfældigvis kom forbi nogle tennisbaner i den eksklusive Devonshire Park, var det spillernes ulastelige, hvide tøj, som hypnotiserede ham og ikke mindst de dyre biler, som de bagefter kørte væk i. Mødet med den eksotiske verden betød, at Perry senere skulle bestemme sig for at skabe et liv i tennis.

Til sin første Wimbledon-finale i 1934 var han mønstereksemplet på den velklædte spiller. Fra hans velfriserede mørke hår til de skræddersyede Daks-bukser, som var tilpas løse til, at han kunne bevæge sig uhindret, hans perfekt strøgne, kortærmede linnedskjorte, og ikke mindst tennisskoene, som han selv havde designet, og som var i blødt hjorteskind med snørebånd, der gik helt ned til tæerne. Tennisketcheren, der var forsynet med hans initialer, havde han ladet male hvid.

Publikum var mindst lige så elegant. Mændene var iført panamahatte fra Bond Street og slips med striber eller våbenskjold, der viste, hvilken klub eller regiment, de kom fra. De, som ikke hørte til, faldt uden for.

Som søn af en arbejder, der endte med at blive politiker, forstod Perry værdien af en imposant fremtoning.

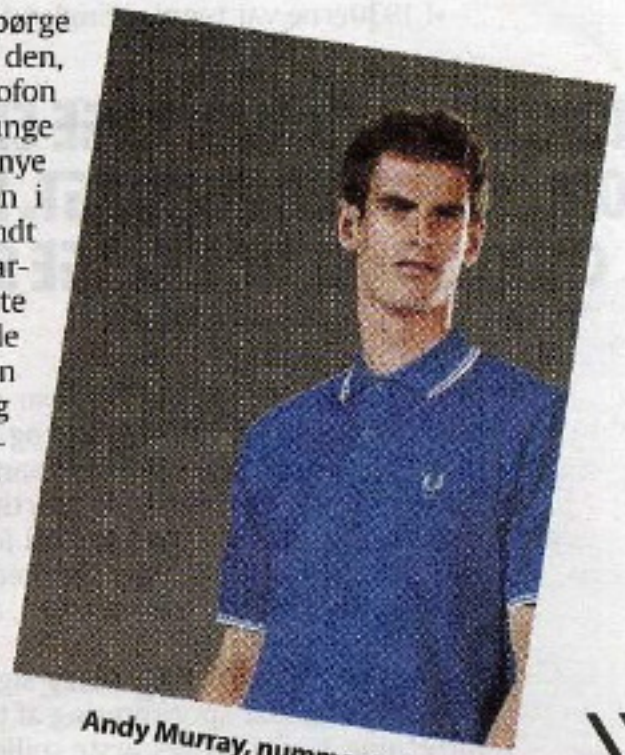
»Jeg lærte meget tidligt, hvor vigtigt det er, at få folk til at se på én,« sagde Fred Perry, som også havde planlagt, hvordan han skulle reagere, hvis han vandt finalen. Efter at have ydmyget sin modstander i tre lige sæt, slog han en vejrmølle og hoppede over nettet for vise, hvor meget overskud, han stadig havde tilbage.

Perry blev aldrig rigtig accepteret af *the Establishment*, der så ham som en opkomling. Det var i USA, hvor han blev professionel i en alder af 27 år, at han adskillige år senere skulle grundlægge sit eget mærke med tennistøj.

SELV OM FRED PERRY døde for 14 år siden, er han langtfra gået bort. Det britiske band Blur spillede forleden en koncert iført hans ikoniske laurbærlogo, ligesom adskillige andre af de godt 60 bands, som hvert år kontakter Fred Perry-kontoret i London for at få et sponsorat. Det britiske tennis-es, Andy Murray, er også gallionsfigur for modehuset, der i år fejrer, at Fred Perry himself, ville have rundet de 100 år.

Og helt besynderlig er sammenblandingen mellem tennis og musik ikke. Foruden at Perrys improviserede spillestil ofte blev sammenlignet med den rene jazz, har hans modehus dybe rødder i musikken. Det var også jazz- og beatmusikken, der skulle spille den afgørende rolle på den britiske mode op gennem 1950erne og 1960erne.

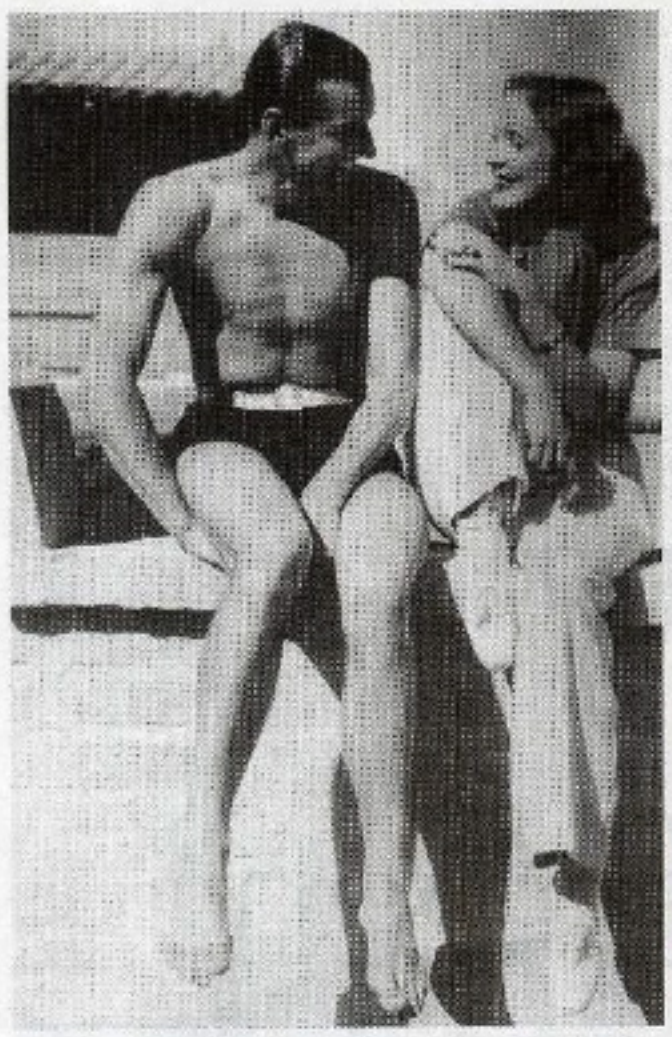
»Dengang gik de unge klædt som deres forældre og købte tøj i de samme lokale forretninger. Da de pludselig begyndte at spørge efter en jakke, der lignede den, John Coltrane spillede saxofon i, og en trøje, som den, de unge amerikanere havde på i de nye tv-serier, blev de sendt hen i sportsafdelingen, hvor de fandt Fred Perrys polotrøjer og Harrington-jakker, som de satte sammen med opsmøgede bukser og tennisko. På den måde blev tøjet pludselig en del af den britiske ungdomskultur, som Mods-bevægelsen tog til sig.« fortæller Fred Perrys kreative direktør, Richard Martin, fra modehusets londonske hovedsæde i Covent Garden.



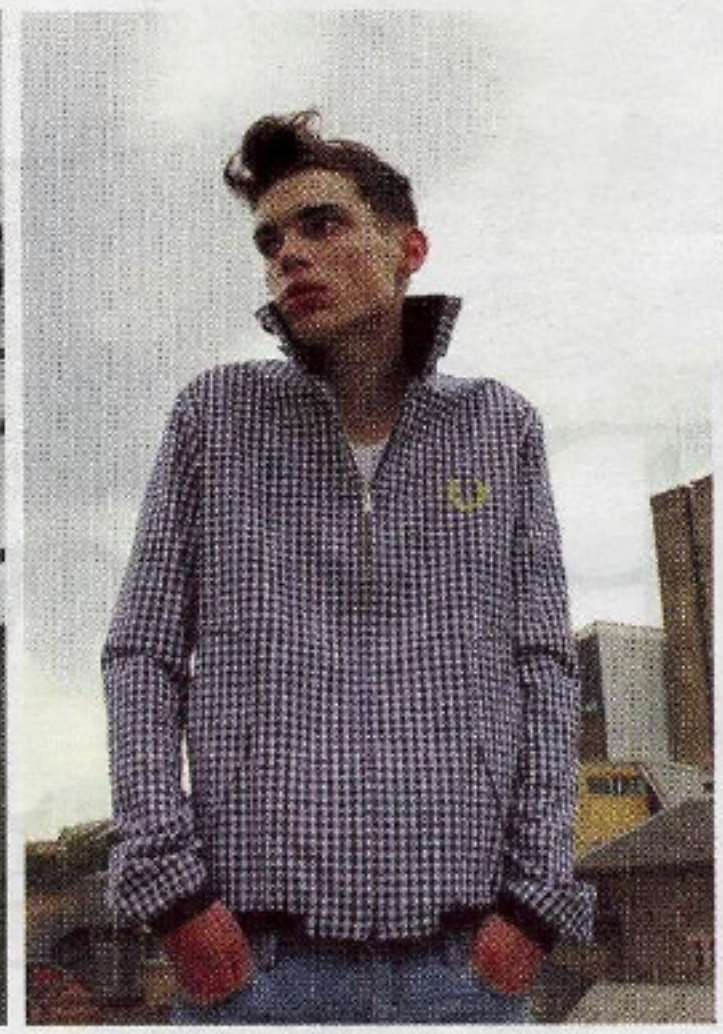
Andy Murray, nummer to i verden og Fred Perry-ambassadør.

Det var også opblomstringen af den britiske popmusik, der ligesom

»



Fred Perry i Hollywood med Marlene Dietrich.



Peter Jensen for Fred Perry.

Unge tog Fred Perry-tøjet til sig og skabte en helt ny stil udfra musikken, sofistikerede parisere og italienere og amerikansk preppyness.

Cool Britannia-fænomenet skulle give Fred Perry rennæssance i sen-90erne.

Britiske stjerner som Oasis, Blur, Damien Hirst og Ewan McGregor, der alle fik international succes, klædte sig i britisk retrostil.

Det gav kreativ direktør Richard Martin to muligheder: At blive hængende i fortiden eller at udvikle Fred Perry til at blive et nutidigt modehus med afsæt i de oprindelige designs.

Martin valgte det sidste, og det afgørende vendepunkt kom i 2001, da han indledte et samarbejde med den japanske designduo, Comme de Garcons. I stedet for at ligge i sportsafdelingerne havnede Fred Perry-tøjet pludselig i de mest toneangivende butikker verden over.

Sidenhen har designere som Peter Jensen og senest Raf Simons skabt vekslende kollektioner. Den overordnede idé er at designe tøj, der er klassisk og samtidig har noget skævt og uforudsigeligt, ligesom mesteren selv.

For Fred Perry, som derhjemme trænede med fodboldholdet Arsenal, var altid meget ukonventionel. Han startede karrieren med at blive verdensmester i bordtennis og overvejede senere at gå til filmen, da han boede i USA, hvor han var en del af den glamourøse Hollywood-klike, og spillede opvisningskampe med Charlie Chaplin og Groucho Marx.

Hans privatliv var lige så farverigt – han var gift fire gange og kurtiserede stjerner som Bette Davis og Marlene Dietrich.

»I 1930erne var tennis i England en amatørsport, der var forbeholdt overklassen. Fred Perry var meget konkurrencemindet, da han var nødt til at tjene penge og derfor blev professionel. I USA fandt han et samfund, som belønnede folk, der arbejdede hårdt. De elskede ham,« fortæller Martin om Perry, som i 1952 blev kontaktet af en forretningsmand for at skabe sit eget mærke. Da han holdt meget af at ryge, ønskede Perry, at logoet skulle være en pibe. Han blev dog overtalt til, at en laurbærkrans nok var en bedre idé.

Herefter allierede Fred Perry sig med nogle af verdens bedste spillere, længe før sponsorering af tennisstjerner blev en milliardforretning. Kun de allerstørste spillere kunne få tre – i stedet for to – initialer broderet under laurbærlogoet, ligesom Fred Perry, hvis egne initialer var FJP – Frederic John Perry var hans fulde navn.

Da John F. Kennedy under et spil golf med Perry bad om at få det samme, fik han undtagelsesvis sit ønske opfyldt.

I 1964 solgte Fred Perry sin anpart i firmaet, hvilket måske ikke var det klogeste træk. Forretninger har aldrig været min stærke side, sagde Perry, der aldrig blev velhavende, men som til gengæld levede et rigt liv.

Han åbnede en golfklub på Jamaica i 1960erne og speakede tennisturneringer, til han døde som 86-årig.

»Han var altid meget velklædt, hvilket er typisk for folk fra samme sociale lag. Selv om man ikke har penge, ser det sådan ud. 90 procent af alle mennesker kommer fra arbejderklassen. De er besatte af tøj og mærker,« siger Richard Martin.

SOM AMBASSADØR FOR sit eget brand rejste Fred Perry meget, ikke mindst til Danmark, hvor han havde nære venner. Blandt dem den danske Wimbledon-finalist, Kurt Nielsen, og Palle Rasmussen, som er indehaver af forretningen Fred Perry & the Icons i Store Kongensgade med håndskrevne breve fra mesteren selv.

»Han elskede det sociale miljø i Danmark. I England var han aldrig »one of the boys«, som havde gået i den rigtige skole. Han hadede at tabe, og det var meget ubritisk. Han var god til kvinder og interesserede sig for mennesker. Han kunne tale med høj og lav,« fortæller Palle Rasmussen, som hver juni måned blev inviteret til Wimbledon, hvor Fred Perry tog imod ham ved sin egen statue – den eneste på hele Wimbledon-anlægget.

»EN LACOSTE-FYR KAN TAGE EN FRED PERRY-POLO PÅ, MEN DET OMVENDTE ER UMULIGT. FRED PERRY ER MUSIK. MOD, SKA, CALYPSO OG DE TIDLIGE SKINHEADS«

I dag er Andy Murray ambassadør for mærket. Ikke kun fordi han er god til tennis og har haft de bedste britiske resulater siden Fred Perry. Men fordi han er lidt skæv, skotte og typen, som klipper sit eget hår.

»En Lacoste-fyr kan tage en Fred Perry-polo på, men det omvendte er umuligt. Fred Perry er musik. Mod, ska, calypso og de tidlige skinheads. Hvis man tror på en verden, hvor alle har en chance, var Fred Perry det bedste eksempel. Han var en working class hero, der aldrig lagde skjul på sine rødder. Hans liv var en vanvittig, fantastisk historie,« fortæller Palle Rasmussen.

I forbindelse med 100-året for Fred Perry lanceres en jubilæumsserie designet af Raf Simons denne måned i forretningerne. En ny bog, »The Last Champion. The Life of Fred Perry« af Jon Henderson, er desuden udkommet på Random House. www.fredperry.com www.rbooks.co.uk

m-s@berlingske.dk