

Scotch & Soda: 'Eigen winkels beginnen vruchten af te werpen'

09-10-2018 09:19



Scotch & Soda ziet het als een 'grote plus' voor de naamsbekendheid dat er steeds meer eigen winkels zijn. "Die strategie begint vruchten af te werpen", zegt ceo Dirk-Jan Stoppelenburg in het AD.

Scotch & Soda had drie jaar geleden een tegenvaller van zeventig miljoen euro op de verkoop van zijn kleding via multibrandretailers. Daarna kwam de focus steeds meer op eigen vestigingen te liggen. In Nederland zijn er inmiddels 36 filialen, 25 meer dan zeven jaar terug. Het afgelopen boekjaar werden negentien eigen winkels geopend, voornamelijk in Nederland, Duitsland, Frankrijk en de Verenigde Staten. Wereldwijd heeft Scotch & Soda nu 225 winkels en ruim zeventuizend verkooppunten.

Scotch & Soda richt zijn blik voor nieuwe winkels vooral op China, het Midden-Oosten en India. In het laatstgenoemde land opende het Nederlandse modemerken in de afgelopen anderhalf jaar zijn eerste zeven winkels. Daarnaast ziet Stoppelenburg kansen in Afrika, waar nu nog maar een paar vestigingen zijn. Scotch & Soda is volgens hem internationaal uitgegroeid tot 'een middelgrote speler'. "We doen ertoe in binnen- en buitenland."

Op geruchten dat eigenaar Sun Capital van Scotch & Soda af zou willen, wil Stoppelenburg niet ingaan. Wel zegt hij blij te zijn dat het merk van de investeerder de ruimte heeft gekregen 'zijn vleugels uit te slaan'. "Sun Capital heeft niet voor niets honderd miljoen euro geïnvesteerd, dat doe je alleen als je alle vertrouwen hebt in een merk."

Scotch & Soda boekte vorig jaar een winst van negen ton, nadat een jaar eerder nog 5,4 miljoen euro verlies werd geleden. Vanaf begin volgend jaar verkoopt het merk naast kleding ook schoenen, parfum en zonnebrillen.