

Scotch & Soda: 'Online geld verdienen moeilijk? Bij ons niet'

04-04-2019 09:10



De webwinkel is voor Scotch & Soda een 'buitengewoon winstgevend kanaal'. Dat pure online spelers dat niet lukt, komt doordat die het zichzelf te moeilijk maken met hun coulante retourensysteem. Dat stelt scheidend ceo Dirk-Jan Stoppelenburg van de Nederlandse modeketen in het aprilnummer van RetailTrends.

Online geld verdienen is voor Scotch & Soda 'niet zo'n probleem', zegt Stoppelenburg. "Als je een systeem opbouwt waarbij de retouren enorm hoog zijn en je ze soms zelfs probeert te bevorderen, dan kan ik me voorstellen dat het je marge aantast", stelt hij. "Dat je voor de zekerheid drie maten bestelt, zodat je zeker weet dat de juiste ertussen zit. Mijn God."

Scotch & Soda heeft een minder aantrekkelijk retourbeleid door, in tegenstelling tot veel andere spelers, retourkosten te rekenen. Dat zou Stoppelenburg niet snel veranderen, omdat je daarmee volgens hem 'veel ellende' over je heen haalt. Consumenten die online kopen worden bij Scotch & Soda op dezelfde manier behandeld als in een winkel, stelt hij. "Als je hier iets hebt gekocht en je je twee dagen later bedenkt, betalen we ook niet jouw buskaartje naar de winkel."

In de winkelstraat ziet Scotch & Soda vooral nog potentie in het buitenland, vertelt Stoppelenburg verder. Zo denkt hij het aantal winkels in onder meer Duitsland, Frankrijk en Engeland nog met een factor drie of vier te kunnen uitbreiden. In Nederland komen er geen nieuwe winkels meer bij, maar worden nog wel regelmatig vestingen verhuisd naar grotere locaties. "Dus de inkomsten in Nederland uit retail gaan absoluut groeien."

In het aprilnummer gaat Stoppelenburg, die in januari zijn vertrek bekendmaakte en voor wie nog een opvolger wordt gezocht, in op de transitie van een wholesalebedrijf naar een retailer. Toen hij in 2014 begon kwam nog 85 procent van de omzet uit de groothandel, nu is dat minder dan de helft. Ook vertelt hij over de ontwikkeling tot een *global brand*, zonder veel aan marketing te doen. “Je hoeft niet veel te roepen om een wereldmerk te worden.” Het aprilnummer verschijnt eind deze week. Klik [hier](#) om het artikel digitaal te lezen. Nog geen member van RetailTrends? [Klik dan hier voor meer informatie](#).