



## Factsheet Scapino

### **'Smart Buying for Smart People'**

Scapino, ooit alleen prijsvechter in de schoenenbranche, is nu de grootste verkoper op het gebied van schoenen, kleding, sport- en vrijetijdsartikelen in Nederland. Inmiddels zijn er meer dan 225 winkels, waarvan 30 in België en 1 in Duitsland. Sinds 2005 is het ook mogelijk om via de webwinkel [www.scapino.nl](http://www.scapino.nl) te winkelen. De webwinkel is zeer gebruiksvriendelijk van opzet en heeft dan ook als eerste webwinkel in Nederland het Waarmerk drempelvrij gekregen van de Stichting Waarmerk drempelvrij.nl. De webshop is ook de eerste gecertificeerde thuiswinkel van Nederland.

Scapino biedt werkgelegenheid aan zo'n 3500 mensen. Scapino is geen trendsetter. Wel worden de trends op de voet gevolgd. Daarmee sluit Scapino precies aan op de behoefte van de doelgroep: de consument die niet te veel wil of kan uitgeven, maar er wel leuk uit wil zien. Een moderne winkel waar de klant centraal staat en die kwaliteit en actualiteit biedt voor lage prijzen. Scapino, dat loont!

### **Geschiedenis**

In 1974 opent Berend Ziengs het eerste filiaal van Scapino in Assen. In winkel en magazijn staan dan tienduizend paar schoenen. Vijf jaar later wordt het assortiment uitgebreid met kleding en sportschoenen. In 1991 betreft Scapino het huidige hoofdkantoor in Assen, inclusief een magazijn van 31.500 m<sup>2</sup>, groot genoeg voor meer dan twee miljoen artikelen.

Een jaar later, in 1992 opent de honderdste Scapino-winkel van Nederland haar deuren. De opening van het eerste Belgische filiaal vindt plaats in 1993, twee jaar later gevolgd door het eerste Duitse filiaal. In 1997 wordt Scapino opgenomen in de Vendex/KBB-groep om in 2002 onderdeel te worden van Retail Network bv, waartoe ook Prénatal, Perry, Lucardi, Siebel en Kijkshop behoren. In 2006 sluit Scapino zich aan bij Macintosh met formules als Manfield, Invito, Kwantum en Belcompany.

### **Inkoop**

Inkopers van Scapino zijn altijd op zoek naar scherp geprijsde artikelen, die aansluiten bij het actuele modebeeld. De eigen Scapino collectie bestaat uit kwalitatief hoogwaardige producten, veelal in eigen beheer gemaakt in Europa en het Verre Oosten. Voor kinderen verkoopt Scapino exclusief schoenen met een Dr. Visser keurmerk, verantwoorde en betaalbare schoenen ontwikkeld onder supervisie van de orthopedisch chirurg. Ook verkoopt Scapino veel bekende A-merken. Tot het assortiment behoren onder andere Ecco, Adidas en Nike. Deze merken worden bij Scapino altijd net even voordeliger aangeboden dan ergens anders. Daarnaast voert Scapino een steeds breder aanbod van sport- en vrijetijdsartikelen in de ruimste zin van het woord, zoals campingspullen en fitnessapparatuur.

### **Logistiek**

Iedere winkel wordt twee keer per week bevoorrad. Daarvoor rijden er per dag achttien vrachtwagens af en aan. Om er voor te zorgen dat dit bij alle winkels goed en op tijd gebeurt, maakt Scapino gebruik van een Planning Goederen Systeem. Voor de controle en het overzicht op de goederenstroom gebruikt Scapino een Goederen Management Systeem, waardoor het altijd duidelijk is waar een artikel zich precies in het proces bevindt. Zo kunnen er per jaar ruim twintig miljoen artikelen het centrale distributiecentrum in Assen passeren. Omdat sommige artikelen het in de ene winkel beter doen dan in een andere, heeft Scapino ook een uitwisselingsstelsel, waardoor optimaal gebruik wordt gemaakt van de voorraad.

### **De winkels**

De filialen hebben een eigentijdse inrichting met een frisse uitstraling. Scapino maakt het de klant gemakkelijk door middel van een centrale routing in de winkel. De afdelingen zijn bij elkaar gezet en alle actieartikelen staan op een duidelijke dominante plaats in de winkel. Hierdoor ontstaat een winkel waar het prettig vertoeven is en die het imago van Scapino illustreert: klantgericht en verrassend.

### **De medewerkers**

De klant staat centraal in het denken en doen van Scapino. Dit heeft zich samen met de waarden van Scapino vertaald in het concept Klanthousiast®. Klanthousiast® is een houding; hoe gedraag je je ten opzichte van de klant. Na intensieve trainingen waarin op een creatieve manier het concept tot leven werd gebracht, zijn de medewerkers doordrongen van het besef om Klanthousiast® te zijn. Een mystery guest bezoekt onaangekondigd de filialen en kijkt hoe het concept in de praktijk wordt vertaald naar de klant.

### **Maatschappelijk verantwoord ondernemen**

Scapino is bewust bezig met verantwoord ondernemen en heeft ervoor gekozen om in dit kader één maatschappelijk initiatief te ondersteunen, namelijk Stichting Kinderen Kankervrij. KiKa werft fondsen voor vernieuwend onderzoek en andere activiteiten op het gebied van kinderkanker, gericht op minder pijn en strijd, meer genezing en een hogere kwaliteit van leven op latere leeftijd.

Twee keer per jaar organiseert Scapino de campagne "Goed Doen Met Je Oude Schoen". Bij deze actie worden mensen opgeroepen hun oude schoenen in te leveren bij Scapino. Per ingeleverd paar doneert Scapino 20 eurocent aan KiKa. In 2009 en 2010 is hierdoor in totaal meer dan €200.000,- ingezameld voor KiKa.

### **De toekomst**

Het is de ambitie van Scapino om te blijven groeien: meer filialen openen en de omzet per filiaal te vergroten. Scapino wil de grootste verkoper op het gebied van schoenen, kleding, sport- en vrijetijdsartikelen zijn en blijven in de Benelux. Zij wil dit bereiken door haar 3500 medewerkers enthousiast en gedreven te houden, zodat ze elke dag opnieuw verrassend en klantgericht te werk gaan.

**Scapino in cijfers**

- 195 filialen in Nederland
- 30 in België
- 1 in Duitsland
- 3500 medewerkers
- Marktvolume 50 miljoen stuks
- 20 miljoen goederen per jaar door distributie centrum
- 33 miljoen bezoekers per jaar
- naamsbekendheid 85%
- ruim 175.000m<sup>2</sup> winkeloppervlakte.

---

Versie factsheet oktober 2010