

Niet alleen productiebedrijf, maar ook allround sportmerk

SKOR ontwikkelt zich tot totaalleverancier voor sportclubs

Doelen, dug-outs, kantopsluiting en zelfs teamkleding van SKOR vind je inmiddels bij sportclubs door het hele land. Maar waar worden deze materialen eigenlijk gemaakt? En wie zijn de mensen achter het merk SKOR? Een kijkje achter de schermen bij het bedrijf in Almelo.

Auteur: Nino Stuivenberg

Bedrijven die hun producten zelf in Nederland produceren, assembleren en leveren – het is een uitstervende soort, ook in de sportsector. Uitbesteden is immers steeds meer de trend. Voor SKOR uit Almelo gaat dat niet op. Het bedrijf, opgericht in 2001 onder de naam Erma Sport, heeft de eigen productie van voetbalmaterialen altijd als uitgangspunt gehad. Twintig jaar geleden begon dat kleinschalig met de productie van doelen en dug-outs. Inmiddels is SKOR uitgegroeid tot een bedrijf met 40 mensen in vaste dienst, een aantal dat tijdens het hoogseizoen in de zomer zelfs oploopt naar 60.

Bredere focus

Sinds 2016 zijn de aandelen van SKOR in handen van Marcel Schorn en Jeffrey Jonkman. Schorn is al vanaf de oprichting een van de

eigenaren, Jonkman heeft zich sinds zijn komst bij het bedrijf in 2007 steeds verder opgewerkt. Hij werd in 2014 commercieel directeur en kon in die functie een steeds grotere rol van betekenis spelen. Het kopen van de helft van de aandelen, twee jaar later, was een logische vervolgstap. 'Vanaf dat punt zijn we verder gaan bouwen en hadden we ook de strategie om SKOR op te zetten', vertelt Jonkman. Die naamsverandering kwam er in 2019, met een bredere focus op sportmaterialen. 'We kregen van verenigingen waar we doelen en dug-outs leverden steeds vaker de vraag of we meer konden bieden. Daar is uiteindelijk een heel assortiment uit ontstaan met teamkleding, voetballen en trainingsmaterialen. Ook onze doelnetten laten we zelf maken in Azië. We zijn behoorlijk gegroeid de afgelopen jaren. Dat begint nu

zijn vruchten af te werpen, met de eerste vier clubs die aangesloten zijn en spelen in onze teamkleding.'

Een voorbeeld van zo'n club is Juliana'31 uit Malden. Deze voetbalvereniging met 1.500 leden is met alle wedstrijdtenues, trainingspakken, jassen en tassen overgestapt op SKOR. 'We zijn een one-stop-shop voor sportverenigingen', benadrukt Jonkman, die laat zien dat SKOR nog veel meer producten levert. SKOR heeft een eigen lijn met voetballen, teamkleding (van inloopshirts tot wedstrijdtenues en keeperskleding) en keepershandschoenen. Inmiddels spelen talenten van AZ, Telstar en FC Twente/Heracles al met deze handschoenen. Naast de teamkleding heeft SKOR een hele lijn voetbalmaterialen. Van bidons tot aanvoerdersbanden en van scheidsrechtersfluitjes tot hoekvlaggen: het bedrijf uit Almelo kan alles leveren waar een voetbalvereniging behoefte aan heeft.

Van productie naar montage

De eigen productie van doelen en dug-outs blijft echter de corebusiness van SKOR. Op locatie in Almelo heeft het bedrijf twee hallen van gezamenlijk zo'n 10.000 vierkante meter.



6 min. leestijd

ACHTERGROND

SKOR heeft meer dan duizend doelen in voorraad.



‘Het is best bijzonder dat we hier alle disciplines onder één dak hebben’

In het eigen pand is het kantoor gevestigd en een hal waar materialen binnenkomen, op maat gezaagd, bewerkt en gelast worden. Hier worden ook de koppelstukken gemaakt. Als alle onderdelen gereed zijn, worden deze naar hal twee verplaatst: een locatie aan de overkant van de weg. Daar zetten twee montageteams (in het hoogseizoen zes) alle producten stap voor stap in elkaar. Jonkman wijst bijvoorbeeld op een nieuwe dug-out die net geprepareerd wordt, één van de nieuwe producten van SKOR, die klaar is voor uitlevering. De dug-out heeft de gebruikelijke vorm van aluminium, maar bevat een zitbank die geleverd is door Circulus en gemaakt is van gerecycled kunstgras, aangevuld met bermgras.

Vandaag besteld, morgen op het veld

Wat opvalt bij onze ronde door de productiehallen, is dat het proces voor een groot deel

geautomatiseerd is. Jonkman vertelt dat SKOR een eigen softwarepakket bedacht heeft dat op het ERP-systeem aangesloten is. ‘Daarmee doen wij onze hele logistieke planning, dus planning, inkoop, voorraadbeheer en bijvoorbeeld ook magazijnscanning. Als een klant vandaag een order bij ons plaatst, weet hij morgen wanneer hij die zal ontvangen. Hier zit een berekening achter, zodat wij precies weten wanneer we de productie moeten starten om het product op tijd te leveren. En als de club het op een bepaalde dag wil hebben, zorgen wij dat ze het dan ook krijgen. Over het algemeen weten we precies hoeveel we in voorraad hebben en waar dat heen moet. Door dit softwarepakket beheersen we ons proces gewoon heel goed. We hebben twee vaste planners: één voor de productie, die de interne planning doet, en één voor de externe planning, die de montages en leveringen regelt. We investeren daar ook

flink in. Dat maakt dat klanten graag met ons samenwerken.’

Op het buitenterrein heeft SKOR een grote voorraad doelen en dug-outs staan: meer dan duizend in totaal. Een deel hiervan is klaar om te worden uitgeleverd, maar veel doelen zijn nog niet af omdat ze een modulaire opbouw hebben. Mocht er een bestelling binnenkomen, dan is het doel snel af te maken. In het hoogseizoen is dat ook nodig, legt Jonkman uit. ‘In de zomer komt het regelmatig voor dat klanten ons bellen en de volgende dag iets nodig hebben. Dan regelen we dat gewoon. Wij zitten als leverancier van doelen en dug-outs natuurlijk vaak aan het einde van het traject. Het is allemaal *just in time*.’

Snel schakelen

Hier ligt ook de kracht van SKOR: omdat het



Doelen maken is vakwerk: lasser Necdet aan het werk.



Alle onderdelen worden door SKOR zelf op maat gemaakt in het machinepark

ACHTERGROND

Steentje bijdragen

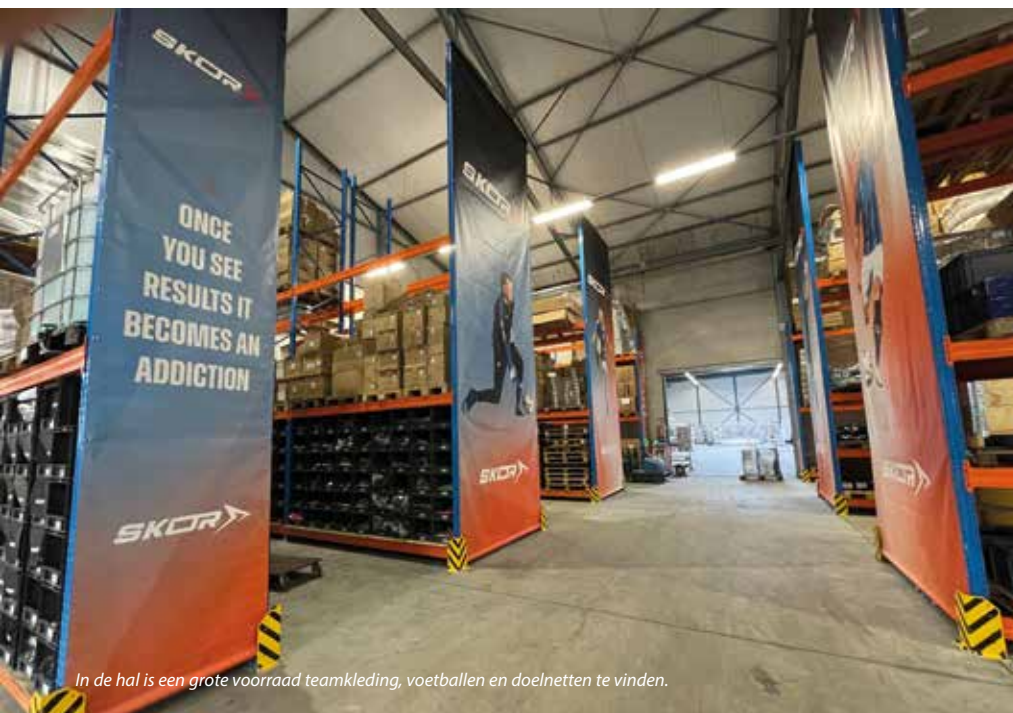
Ook duurzaamheid speelt een prominente rol in de bedrijfsvoering van SKOR. Op het dak van het eigen pand liggen zo'n 600 zonnepanelen. 'Hiermee zijn we volledig zelfvoorzienend in onze energiebehoefte', zegt Jonkman. Aan de voorkant van het terrein ligt een milieustraat, waar alle afval gescheiden wordt. Jonkman legt uit: 'De aarde is niet onuitputtelijk, dus we moeten daar met elkaar iets aan doen. Als je als bedrijf iets doet, is dat misschien een druppel op een gloeiende plaat. Maar als er meer druppels vallen, begint het vanzelf te regenen.' Duurzaamheid komt ook terug in de inkoop. Aluminium wordt in specifieke maten ingekocht, zodat er zoveel mogelijk producten van gemaakt kunnen worden en er weinig afval achterblijft. In het verlengde daarvan denkt Jonkman al na over een SKOR Foundation, om iets terug te doen voor de sport en de maatschappij. 'Voor mensen die dat niet zelf kunnen betalen. En dan niet alleen met geld, maar ook door zelf materialen te leveren. Dan kun je mensen aan het sporten krijgen met je eigen spullen. Dat lijkt ons heel mooi, en we hopen dit later in het jaar op te zetten.'

Nuchtere tukkers

Zo blijft het bedrijf in Almelo continu in ontwikkeling, ook op organisatorisch vlak. Recente veranderingen zijn het nieuwe logo en de nieuwe huisstijl van SKOR. Jonkman legt uit: 'We willen ons veel meer profileren als merk in plaats van als productiebedrijf. Dat is wel de grootste ommezwaai die we hebben moeten maken. Het is natuurlijk best bijzonder dat we hier alle disciplines onder één dak hebben. Wat begint met engineering, sales en marketing, gaat naar de productie en uiteindelijk montage en service. Daarmee is de cirkel rond.' In het verlengde hiervan is er een *experience center*, een showroom voor klanten, en heeft SKOR een *brandbook* ontwikkeld in plaats van de traditionele productcatalogus. 'Daarin vertellen we meer over wie we zijn, wat onze cultuur is en wat je van ons kunt verwachten. Eigenlijk doen we ontzettend veel, maar we zijn maar nuchtere Twentenaren. We kunnen van alles, maar schreeuwen te weinig. Daarom zijn we nu iets meer aan het roepen', besluit hij lachend.



De dug-outs en doelen na assemblage



In de hal is een grote voorraad teamkleding, voetballen en doelnetten te vinden.

bedrijf zelf produceert, kan er als het nodig is snel gehandeld worden. Jonkman: 'Wij zijn de bron van het product en dat scheelt ontzettend. We hebben daardoor grip op het hele proces, van productie tot montage, en waar nodig kunnen onze servicemonteurs problemen op locatie verhelpen. En we kunnen heel snel schakelen. Infill Guard was daar een mooi bewijs van.' Infill Guard is de kantopsluiting die SKOR vorig jaar introduceerde. Het idee voor dit product lag al enige tijd op de plank. Toen er in de markt vraag ontstond naar goed werkende afsluitingen rond velden, kon SKOR het product in een paar maanden tijd uitvoeren en leveren. 'Daar ligt wel onze kracht', zegt Jonkman. 'We zijn één van de weinige partijen in Nederland die nog zelf produceren, en daar willen we ook vol voor gaan. Productie is een mooi vak. Je bedenkt iets en begint met een technische tekening, er komt een prototype, en uiteindelijk is er de uitvoering en gaat het product hier op de aanhanger weg. Dat is gewoon supergaaf.'

Goed werkgeverschap als basis

Als producent is SKOR voor zijn succes ook afhankelijk van de collega's: lassen en monteren is immers vakwerk. Wat opvalt bij onze ronde door het bedrijf, is dat SKOR investeert in zijn mensen. Voor medewerkers staat altijd eten en drinken klaar en de arbeidsvoorwaarden zijn goed. Gaat het goed met het bedrijf, dan krijgt niet alleen sales een bonus, maar iedereen. Jonkman is daar trots op. 'Natuurlijk kost dat wat, maar de waardering die je ervoor terugkrijgt is onbetaalbaar. Het is mooi dat we dat kunnen doen. Goed werkgeverschap is gewoon belangrijk, zeker in een tijd waarin goede mensen schaars zijn en je mensen wilt binden. De fabriek is typisch een plek waar mensen nog weleens van werk willen wisselen, maar wij hebben de laatste vijf jaar eigenlijk geen verloop gehad. Iedereen heeft een vast contract hier; die stabiliteit is fijn. Loyaliteit is belangrijk voor ons.'