

De opkomst en ondergang van SuperTrash

21-03-2018 12:34



Olcay Gulsen heeft over aandacht niet te klagen. De ondernemer deed een stap terug bij SuperTrash, maakte de finale mee van het populaire tv-programma *Wie is de Mol?* en bracht deze maand ook nog haar boek *SuperOlcay* uit. Als klap op de vuurpijl is haar 'levenswerk' nu failliet. Waar ging het fout?

Olcay Gulsen, 37 jaar geleden geboren in Waalwijk, komt na een kortstondig avontuur als stewardess al op vroege leeftijd de kledingbranche ingerold. In 2001 richt ze een wervings- en selectiebureau op onder de naam Chill Agency. Een jaar later stort ze zich op de import van kleding met haar bedrijf 2Stepzahead. In die hoedanigheid komt ze in contact met de Amerikaanse oprichter Ava Riley van het merk SuperTrash, dat ze in 2009 overneemt.

Althans, dat beweert Gulsen zelf. Vooral uit de hoek van Quote worden [vraagtekens](#) geplaatst bij het verhaal van de ondernemer. Het concept 'Born in L.A., raised in Amsterdam' zou een pr-verhaal zijn, bedoeld om het merk beter in de markt te zetten. Gulsen noemt die verwarring in een interview met Playboy 'alleen maar leuk'. "Alles is een verhaal. En als er geen verhaal is dan moet je maar een verhaal maken. Ik heb veel gebluft, ik heb een beetje gelogen, ik heb interessant gedaan, ik heb mezelf beter voorgedaan dan ik was – het hoort er allemaal bij. En ik zou het morgen weer doen. Dat is onderdeel van de strategie. Je moet je best doen om een beetje op te vallen."

Prestigieus

De strategie van Gulsen werkt. SuperTrash maakt in binnen- en buitenland een enorme opmars door. Het levert haar in 2010 onder meer een prestigieuze prijs op: ze wint de Prix de la Mode-award voor beste mode-ondernemer. In hetzelfde jaar steelt ze samen met Bavaria de show met een oranje jurk, die speciaal voor het WK is ontworpen. Het biermerk moet meerdere keren extra voorraad laten maken om aan de vraag te voldoen. Twee jaar later herhaalt ze het trucje met Albert Heijn. In 2015 telt SuperTrash 23 brandstores in Nederland, België, Groot-Brittannië, Qatar en Hongkong en zes shop-in-shops in de Bijenkorf. Ook is het label verkrijgbaar bij ruim zestienhonderd verkooppunten in Europa en Amerika.

Gulsen maakt ondertussen persoonlijk naam als mediapersoonlijkheid. Ze wordt het gezicht van het nieuwe koffiezetapparaat van Phillips Senseo en Samsung en schopt het tot jurylid van tv-programma's als Ultimate Shopper en Project Catwalk. Sinds 2014 zit ze aan tafel als lifestyle-deskundige bij RTL Boulevard, terwijl ze met Werk aan de winkel zelfs haar eigen televisieprogramma krijgt. In de BNN-productie helpt ze samen met creatief ondernemer Frank de Ruwe kleine winkeliers, die hun hoofd soms maar net boven water kunnen houden. "Ik was verbijsterd. De meeste winkeliers dachten nog in dezelfde trant als dertig jaar geleden: ik zet de deur open en dan komen de klanten vanzelf. Lieve mensen hoor, maar geen échte ondernemers. Een aantal winkels is na de uitzending toch gesloten, maar gelukkig gaat het met de meeste goed", zegt ze daarover in gesprek met RetailTrends.



ST. studio

Vooral Broodje van Toen, aan de Gedempte Oude Gracht in Haarlem, is haar bijgebleven. “Zij verkopen nu authentieke, Hollandse belegde broodjes. Als ik in Haarlem ben, ga ik altijd even langs. Scherpe keuzes durven maken én dicht bij jezelf blijven, dat is de basis voor een succesvol concept. Zij bewijzen dit.” Dat Gulsen niet vies is van scherpe keuzes maken, blijkt als ze de winkels van SuperTrash vervangt door ST. studio. Franchisewinkels worden teruggekocht om ze vervolgens om te bouwen naar het nieuwe label, dat tijdlozer en luxueuzer oogt. Waar SuperTrash ook op jongeren en trends mikt, focust ST. studio zich met hogere kwaliteit en meer service op vrouwen tussen de dertig en 45 jaar. “Op dit moment voel ik wederom de drang om me opnieuw uit te vinden”, aldus Gulsen.

Tegenover RetailTrends laat ze weten het plezier in het modevak kwijt te zijn geraakt. Bij de opening van twee SuperTrash-winkels in Hongkong komt ze tot het inzicht dat ‘het anders moet’. “Ik stond in die nieuwe winkels in Hongkong en realiseerde me opeens: dit is een interpretatie van mijn oorspronkelijke concept, als een uitgetrokken huis. Ja, het zag er netjes uit, maar de emotie was eruit. Daar schrok ik van. Waar doe ik het

allemaal voor, meer groei? Is dat het enige wat nog telt? Dat is te weinig, ik wilde weer iets toevoegen.”

De introductie van het nieuwe merk heeft grote gevolgen voor de organisatie. Om ruimte voor nieuwe ideeën te creëren, kiest Gulsen ervoor om zonder directie te werken. “Ik vond zes directieleden op slechts 180 medewerkers te veel. Het middenkader is weg en veranderd in een leidend, creatief projectmanagementteam. De lijnen moesten korter, de structuur platter. Zoals online spelers werken.” In RetailTrends vertelt ze een hekel te hebben aan het woord ‘directie’. “Onze directeuren kwamen van de WE’s en Scotch & Soda’s van deze wereld. Maar laten we eerlijk zijn; de mode is op dit moment niet bepaald de meest innovatieve branche. Elke maandag zat ik zes uur in vergadering en bijna nooit hoorde ik iemand enthousiast zeggen: ‘Hé, ik heb nu een leuk idee.’”

Rode cijfers

Het nieuwe idee van Gulsen zelf slaat echter niet aan. Begin 2017 moet een groep mode-investeerders voor enkele miljoenen bijspringen, om het kledingconcern van de ondergang te redden. Naar verluidt vanwege de tegenvallende resultaten van ST. studio, maar Gulsen zelf wijt de liquiditeitsproblemen aan het inwisselen van de huisbank voor een buitenlandse bank. “We dachten met een andere betaalmethode beter internationaal overweg te kunnen, maar dat bleek helaas niet het geval”, zegt ze tegen [Quote](#). SuperTrash als geheel draait volgens Gulsen ‘miljoenen aan omzet’ met een winstpercentage van twaalf procent. “Het klopt dat ST. studio nog niet winstgevend is, maar we zijn pas één jaar bezig.” Dat een paar winkels op slot zijn gegaan, zou komen omdat ze op ongunstige locaties zaten.

Na de inmenging van de nieuwe investeerders, wordt de rol van Gulsen in haar eigen kledingconcern steeds kleiner. Eerst neemt ze afscheid als meerderheidsaandeelhouder en begin dit jaar stopt ze ook als ceo van SuperTrash. Als reden noemt ze haar vele tv-projecten, waar een hoop tijd in gaat zitten. Het is een publiek geheim dat haar vertrek samenhangt met de slechte prestaties van SuperTrash, dat kampt met een negatief eigen vermogen van twee miljoen euro en in 2016 een verlies van ruim drie miljoen euro leed.

Dat het slecht gaat met het merk wordt ook duidelijk uit de benoeming van de opvolger van Gulsen: Charles Paape. De voormalig topman van onder meer Phone House en Free Record Shop is naar eigen zeggen gespecialiseerd in het leiden van ondernemingen in moeilijke omstandigheden en het ontwikkelen en implementeren van een visie voor de toekomst. “Het zo nodig doorvoeren van complexe turnarounds is een tweede natuur”, aldus de crisismanager.

Beklonken

Veel tijd om die turnaround te bewerkstelligen, krijgt Paape niet. Dinsdag heeft SuperTrash haar faillissement moeten aanvragen. Gulsen zou Gulsen niet zijn, als ze dat niet zelf in RTL Boulevard bekend zou maken. Daar spreekt ze van ‘een zwarte dag’, omdat de aandeelhouders hebben besloten niet verder te gaan met het bedrijf. “Ik had niet verwacht toen ik vier weken stokje overdroeg, dat het binnen vier weken beklonken zou zijn.” Gulsen steekt haar hand in eigen boezem. Ze is naar eigen zeggen vooral goed in creatief denken en het bouwen van een bedrijf, maar is ‘niet de beste continuïteitsmanager gebleken’. “Ik ben iemand die graag veel ballen in de lucht houdt en nu ben ik duidelijk tekortgeschoten. Ik heb niet adequaat genoeg gereageerd”, aldus de ontwerper.

Die lezing wordt nog maar eens bevestigd door digital director Robin van Olphen. Op LinkedIn laat hij weten dat ‘de schade van jaren slecht beleid uiteindelijk heeft geleid tot de val van dit eens zo roemruchte merk’. Hij noemt het bijzonder om de emotie mee te maken op een dag dat het faillissement wordt aangevraagd. Bij het bedrijf werken nog zo’n 150 mensen. “Heel heftig, net een begrafenis waar de halve dag aan je voorbij gaat zonder dat je het beseft en aan het eind van de dag helemaal gesloopt bent van al het verdriet.”

SuperTrash heeft het afgelopen jaar volgens Van Olphen online een 'waanzinnige omzetgroei' doorgemaakt. Toch is de website van het merk nu offline. Woensdag zitten Gulsen en de andere aandeelhouders om de tafel met de curator. Of het nog tot een doorstart komt, is nog de vraag. Gulsen zal daar hoogstwaarschijnlijk niet meer bij betrokken zijn. Ze kondigde onlangs in Playboy haar afscheid in de mode-industrie al aan. "Ik vind het een te gekke industrie, ik heb veel meegemaakt, veel geleerd, ik heb alles daarin wel bereikt, maar ik zou me ook wel weer eens op iets nieuws willen storten in een wereld waarin ik de regels nog niet ken. In Amerika noemen ze dat *the third act of life*."

Nick Möller