

Roland Kahn: 'Discussie kinderarbeid hypocriet'

31-03-2014 00:00

Ceo Roland Kahn wil niet dat kleding van Coolcat wordt gemaakt door kinderen, maar noemt dat tegelijkertijd 'superhypocriet'. Kinderen die niet in kledingfabrieken werken, komen namelijk in de wapenindustrie of in de mijnen terecht. Dat stelt hij in FaceRetail, een video-interviewserie van RetailTrends Media in samenwerking met Crossmarks.

Klanten van Coolcat zijn volgens Kahn niet geïnteresseerd in waar de kleding van de modeketen wordt geproduceerd. "Of je het nou in China maakt of in Bangladesh, dat vinden we niet zo boeiend", laten zij volgens hem weten aan de modeketen. "Als onze klanten zeggen: 'We willen letterlijk weten waar het vandaan komt', dan zullen wij de eerste zijn om dat te doen", stelt Kahn. Hij stelt echter geen enkel signaal te ontvangen dat klanten daarin geïnteresseerd zijn.

Coolcat botste de afgelopen maanden onder meer met minister Lilianne Ploumen van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking en omroep VARA over arbeidsomstandigheden in Bengaalse textielfabrieken. Coolcat mag best in opspraak zijn, stelt Kahn. "Wij zijn een recalcitrant merk." De jonge klanten van de Nederlandse fashionretailer vinden het volgens hem alleen maar leuk wanneer er een relletje wordt geschopt.

De kunst van Coolcat is volgens Kahn dat de retailer de doelgroep heel goed begrijpt, in tegenstelling tot hun ouders. "De tiener zet zich in zijn ontwikkelingsproces af tegen de maatschappij en zijn ouders en bevecht zijn onafhankelijkheid." Coolcat heeft hele jonge mensen aan het roer, die dicht bij de doelgroep staan. "Dat maakt ons redelijk uniek."

Coolcat is in Nederland marktleider in de leeftijdsgroep tien tot vijftien jaar en wint volgens Kahn hard terrein in de groepen zes tot tien en vijftien tot achttien jaar. "Wij zijn de eerste keten geweest die deze klant als volwaardige klant ziet en zich dus niet richt op de moeder en de vader die de portemonnee heeft." Die focus op de klant zorgt dat de modeketen succes boekt, aldus de topman.

Kahn vertelt in het interview onder meer over het streven van Coolcat om marktleider in Europa te worden en de formule wereldwijd uit te rollen. De ambitie is geformuleerd door zijn zoon, die nu werkzaam is op de inkoopafdeling en naar verwachting over tien jaar met het management de leiding heeft over Coolcat. [Bekijk het volledige interview op ons YouTube-kanaal.](#)

Eerder sprak FaceRetail met topmannen van Hornbach Nederland, EkoPlaza, vanHaren, Coolblue, Decathlon Nederland, LaPlace en Skins Cosmetics. Deze interviews zijn ook te vinden op ons [YouTube-kanaal](#).