Hoe 2theloo de wereld verovert

07-12-2015 11:51

Nog geen vier maanden nadat 2theloo voet op Britse bodem heeft gezet, is de toiletwinkelketen beloond met de prestigieuze Loo of the Year Award. Een veelbelovende start van de Britse activiteiten. Op zich is de prijs niet zo verrassend. De eerste locatie in het populaire winkelgebied Covent Garden in Londen werd bij de opening al niet voor niets de chicste van alle vestigingen genoemd. Behalve toiletten beschikt het concept over onder meer een make-up hoek, kleine cadeaus, toiletartikelen en drank.



Met die ingrediÃ«nten moet een beter dan thuis-ervaring ontstaan, die bezoekers overigens bij elke locatie moeten krijgen. Het avontuur begint als Eric Treurniet in 2009 in het centrum van Brugge vergeefs toiletten zoekt voor zijn dochters. Dat is toch vreemd? Treurniet belt Almar Holtz en samen bouwen ze aan het merk 2theloo: ruime, schone en prettige toiletwinkels in winkelcentra, trein- en tankstations.

De mannen zijn in het begin van hun samenwerking geen vrienden, vertelt Holtz aan Fuel Magazine. â€œHet was geen â€˜match made in heavenâ€™. Maar we hadden respect voor elkaar en bleken elkaar enorm aan te vullen.â€

De samenwerking resulteert in 2011 in de opening van de eerste brandstore in de Amsterdamse Kalverstraat. Dat wil echter niet zeggen dat het vanaf dat moment gemakkelijk gaat. In het eerste jaar lijdt de onderneming bijvoorbeeld elke dag zoâ€™n 2500 euro verlies. Op jaarbasis betekent dat een verlies van ruim

acht ton. Daarnaast vallen de resultaten van de tweede vestiging in Amstelveen tegen. De grootste klap vindt echter begin 2014 plaats. Eric Treurniet komt om het leven bij een auto-ongeluk. â€œEen heel donkere tijd brak aan. Ik miste mijn vriendâ€, zegt Holtz daarover.



Op dat moment is 2theloo al uitgegroeid tot een toiletwinkelketen met vestigingen in winkelcentra, en trein- en tankstations in binnen- en buitenland. Deze groei is onder meer gefinancierd door geldschieters als Adriaan Breure, investeerder van het eerste uur. â€œHet toilet is een ervaring geworden, terwijl we in het verleden altijd dachten: ik wou dat ik thuis wasâ€, verklaart hij het succes van het concept in Het Parool. â€œBij 2theloo denken we: ik wou dat ik thuis zoiets had.â€

Enkele maanden na het overlijden van Treurniet volgt echter het besluit om het allereerste paradepaardje in de Kalverstraat te sluiten. Door de hoge huurprijs lukt het maar niet om die rendabel te krijgen. Holtz: â€œMet hooguit honderd bezoeken per dag konden we nooit de duizend euro huur per dag betalen.â€

Ook nu is het financiÃ«le plaatje van 2theloo nog geen regelrecht succesnummer. Zo heeft de keten sinds zijn oprichting nog altijd geen winst geboekt. Holtz lijkt zich er niet zo druk om te maken. De kosten blijven namelijk beheersbaar doordat 2theloo met tankstations en winkelcentra afspreekt dat zowel de vijftig eurocent per bezoek als de circa honderdduizend euro aan bouwkosten gedeeld worden. De toiletwinkelketen krijgt de tijd om het voorgeschoten bedrag terug te betalen via het entreegeld, zodat het niet voor iedere nieuwe vestiging een lening af hoeft te sluiten bij de bank.

Vandaar het gebrek aan zwarte cijfers, luidt zijn verklaring. In 2016 moet hier overigens verandering in komen, omdat dan de meeste toiletten zijn afbetaald. Bovendien boort de keten nieuwe markten aan, zoals Noord-Amerika en Chili. Ook die uitbreiding moet voor omzetgroei en winst zorgen. "Waar mensen uit onze omgeving wel eens zeggen: 'Chili, zou je je daar nou wel gaan vestigen?', daar doen wij het gewoon."

Holtz geeft met deze aanpak bewust concreet vorm aan de belangrijkste les die hij van Treurniet leerde: durf te doen. De wereld is Ã©Ã©n grote kans, vindt hij. Bovendien hadden de oprichters vanaf dag Ã©Ã©n het doel voor ogen om een wereldwijd merk te worden. â€œDaar heb je durf voor nodig. En een beetje ijdelheid.â€