Gulsen biedt tegenwicht aan vluchtige mode

29-02-2016 08:01

SuperTrash-oprichter Olcay Gulsen schrikt van het aantal retailers dat failliet gaat. “Ook ik heb geen concrete antwoorden op het veranderende consumentengedrag”, zegt ze in het Algemeen Dagblad.

Gulsen zegt wel te weten dat winkelen niet langer draait ‘om het zien van een rek met zesduizend stuks van dit of dat’. De Nederlandse consument heeft alleen nog een geluks- of sociaal moment nodig, wat ze wil bieden via advies, gemak, interesse of service. “Zo faciliteer je je eigen bestaansrecht”, aldus Gulsen.

Gulsen heeft onlangs al haar winkels van SuperTrash omgebouwd tot het nieuwe merk ST. studio. Aanleiding voor het nieuwe merk was de opening van twee winkels van Supertrash in Hongkong, waar ze geen plezier aan beleefde. “Een ander gaat drie maanden naar de psycholoog, ik verbouw mijn winkel.”

ST. studio is tijdlozer dan SuperTrash en kent bijvoorbeeld maar twee collecties per jaar. Bovendien wil ze meer duurzaamheid binnen de bedrijfscultuur introduceren, om een tegenwicht te bieden aan de vluchtige modewereld. Zo kunnen colberts van ST. studio te allen tijde teruggebracht worden in ruil voor vijftig procent korting, waarna de kleding bij het Leger des Heils terechtkomt.

Verder werkt Gulsen voor de winkelinrichting niet met ‘goedkope halffabrikaten uit China’, maar met lokale timmerlieden en designers. “Laat glasblazers uit Leerdam mooie lampen ontwerpen die lang meegaan. Daar voel ik mij goed bij.”