

'Coolcat heeft een streepje voor op globale spelers'

20-08-2018 16:02



Coolcat ging de concurrentie met Primark en de Inditex-formules aan door 'er hier en daar wat vanaf te halen'. Het assortiment werd daardoor 'middle of the road', stelt ceo Lilian Vos op [RetailTrends](#). "Maar op prijs gaan we het niet winnen en dat willen we ook helemaal niet."

Vos is bij Coolcat op zoek gegaan naar de 'reason to be'. Daarbij kwam ze uit bij de droom van oprichter Roland Kahn, die jonge mensen voor een betaalbare prijs kleding 'met attitude' wil bieden in een coole omgeving. Het handschrift van Coolcat is volgens Vos uniek in de markt. "Niemand kan ons nadoen. Met dit specialisme en kennis van de lokale markt heb je een streepje voor op globale spelers."

Bij het ontwikkelen van de collectie richt de tienerketen zich voortaan op drie vragen. Is de kleding stoer? Is het sexy? En is het fun? Alleen als het antwoord op de drie vragen 'ja' is, krijg de kleding volgens Vos een plek in het assortiment.

Coolcat verkoopt zijn kleding in 112 winkels, een eigen webwinkel en via de platforms Wehkamp, bol.com en La Redoute. Binnenkort komt daar MyToys bij, wat volgens Vos de 'place to be' is voor kindermode in Duitsland. "Je ziet er nu vooral de meer conservatieve merken als Tom Tailor en Esprit. Mijn gevoel zegt dat we een goed handschrift hebben om daar succesvol te zijn."

RetailTrends neemt in een driedelige serie de modeketens van Roland Kahn onder de loep. [Klik hier om meer te](#)

[lezen over de strategie van Coolcat.](#)