

RetailRookie The Good Roll: Jij vrolijk toiletpapier, zij toiletten

26-08-2019 13:10



‘Ga hier maar eens even goed voor zitten’. ‘Kon(t)tact’. Op de website van The Good Roll dat duurzaam toiletpapier produceert zijn ze niet – eh – vies van een woordspeling.

“Kijk, toiletpapier is niet leuk om te kopen”, zegt medeoprichter Sander de Klerk. “Er is toch een schaamtegevoel. Wij maken de aanschaf weer leuk.” Daarom staan er vrolijke teksten op de wikkels van de rollen: ‘keep on smiling’ en ‘keep on pushing’. Dat is tegelijkertijd een belangrijk onderscheidend element. Anders zou niemand het product kopen, weet De Klerk. “Door de wikkel vinden mensen het leuk om te hebben. En zo kunnen ze laten zien dat ze de wereld verbeteren.” En de wereld verbeteren, dat wilde De Klerk ook toen hij twee jaar geleden met zijn compagnon Melle Schellekens The Good Roll begon. De twee hadden diverse horecazaken en daar waren ze wel een beetje klaar mee. Ze wilden iets nuttigs doen, iets tastbaars maken.

“We kwamen op heel veel producten: van luiers tot hygiënedoekjes. Toen dachten we: laten we gewoon het allerstomste product pakken dat al honderd jaar niet meer geïnnoveerd is en totaal niet sexy is: toiletpapier.” Hoe zou De Klerk het concept omschrijven? “We zijn eigenlijk toiletpapier dat toiletten bouwt.” De helft van de nettowinst gaat naar de bouw van toiletten in Oost-Afrika. Daarvoor wordt samengewerkt met hulporganisatie

Simavi. "Daarnaast zijn onze rollen gemaakt van gerecycled papier. Per dag worden er 270 duizend bomen gekapt voor het maken van toiletpapier, dat is natuurlijk immens veel."

'Zonder schaamte je billen afvegen'

Ze begonnen online, met een webshop. Klanten kunnen daar een abonnement afsluiten voor 24 of 48 rollen, of een eenmalige bestelling doen. "We richtten ons op consumenten, eigenlijk totaal niet denkend aan de zakelijke markt." Maar bedrijven hapten snel toe, vooral hotels. Intussen zijn de rollen in zo'n 150 hotels te vinden, waaronder de Postillion Hotels en in Amsterdam bij Conscious en het Amstel Hotel. Bedrijven kunnen ook hun eigen wikkels laten maken.

En in de herfst van vorig jaar meldde Jumbo zich. "Of we in de schappen wilden. Dat is natuurlijk heel tof." Sinds januari zijn daar de rollen te koop en meer supermarkten volgen. Zo ligt The Good Roll vanaf het najaar ook in de winkels van Deen en mogelijk ook bij Albert Heijn. "En de eerste gesprekken in België vinden nu plaats", zegt De Klerk. "Ik verwacht dat we daar eind dit jaar of begin volgend jaar te koop zijn."

Daar blijft het niet bij. Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk staan op de planning. Daarna Groot-Brittannië en, als het even meezit, ook Scandinavië. "We willen binnen nu en drie jaar in tien landen verkrijgbaar zijn." Eerst via de webshop, dan via retail en daarna ook b2b.

Verdere plannen? "In de toekomst willen we met een bamboe-lijn komen. Daar geloven we heel erg in. Papier wordt duurder om in te kopen en consumenten willen niet steeds meer gaan betalen, dus we kijken naar alternatieven." De Klerk ziet alleen maar een stijgende lijn. "Qua verkoop zitten we heel stabiel, de verkopen nemen nog elke week toe. Als mensen het eenmaal gekocht hebben, blijven ze het kopen. Dat is heel fijn."

The Good Roll en de andere RetailRookies pitchten hun concept op 12 september tijdens het Retail & Brands Festival. Een vakjury, onder voorzitterschap van hoofdsponsor ABN AMRO, kiest vervolgens wie van hen zich RetailRookie of the Year 2019-2020 mag noemen. Wil je erbij zijn? [Koop dan hier je tickets](#).

Henrico Pit