

De kracht van Rituals komt in gesprekken met retailceo's meerdere malen aan bod

10-09-2020 04:30



Raymond Cloosterman siert de cover van de nieuwe RetailTrends. Hij vertelt uitgebreid over zijn nu twintigjarige Rituals-avontuur. De eerste keer dat RetailTrends hem interviewde was begin 2005. RetailTrends was net een half jaar uit de startblokken en we spraken Cloosterman in een klein kantortje boven zijn eerste en toen nog enige Rituals-winkel in de Kalverstraat.

Hoe anders is het nu. Het hoofdkantoor van deze cosmeticaketen is al zeven jaar gevestigd in een monumentaal grachtencomplex van vijf geschakelde panden aan de Keizersgracht. Een ander pand om de hoek is inmiddels ook gehuurd om de expansie in aantal werknemers aan te kunnen. Rituals is een wereldmerk geworden met 850 vestigingen in 29 markten. Azië staat hoog op de wittevlekkenkaart voor de komende jaren. Als dat lukt is voor Cloosterman de cirkel rond. Want juist Azië is het continent waar de vele rituelen waarop Rituals haar productlijnen baseert, hun oorsprong vinden.

De kracht van Rituals is een van de onderwerpen die meerdere keren ter sprake komt in mijn interviews met retailceo's in De RetailTrends Podcast. Zo spreek ik met Herman Bramer, nu ceo van BCC, over zijn tijd bij Oil & Vinegar. In de eerste jaren van dit millennium waren Rituals en Oil & Vinegar allebei nog startups met vergelijkbare internationale groeiambities. Rituals heeft die ambities als enige waargemaakt door de groei per land te managen – en niet zoals Oil & Vinegar lukraak overal en nergens te openen. Daarnaast is Rituals, anders dan Oil & Vinegar, het cadeausegment ontstegen en een echt gebruiksmerk geworden.

Focus

Ook Roland Kahn spreekt met grote bewondering over de focus van Cloosterman op zijn business. Kahn verwijt zichzelf dat hij met te veel zaken tegelijk bezig was, waardoor er hiaten ontstonden in zijn bedrijfsvoering. "Raymond Cloosterman is toch nog wel weer een veel betere ondernemer dan ik. Ik denk dat mijn makke is dat ik te veel dingen tegelijk wil doen en dat is zowel leuk als bedreigend", zegt Kahn in het podcastinterview. In ons gesprek komen de vele hoogte- en dieptepunten uit het vijftigjarige retailleven van deze kleurrijke veteraan aan bod. Kahn schroomt niet zeer kritisch naar zichzelf te kijken. Het faillissement van CoolCat noemt hij 'een enorme vernedering'. Nu is hij volop bezig om zijn bedrijf Coolinvestments definitief toe te vertrouwen aan zijn zoons. "Per 1 januari 2021 draag ik het stoeltje over aan mijn tweeling Joshua en Jonathan", zegt een openhartige Kahn.

Persoonlijk heb ik veel respect voor beide heren. Kahn die door 'learning by doing' en met veel ondernemersgeest zijn retailbedrijven opbouwde en Cloosterman die vanuit een scherpomlijnde visie en focus zijn startup wist uit te bouwen tot een wereldmerk.

Marcel ten Holte
Directeur/eigenaar RetailTrends

Marcel ten Holte