



.....
STstudio vervangt straks
SuperTrash in de winkels van
Olcay Gulsen. SuperTrash zal
dan alleen nog te koop zijn in
multibrandwinkels
.....

Powervrouw Olcay Gulsen

‘mijn grootste talent is mijn drive’

Wie Olcay Gulsen ontmoet heeft, weet het zeker: La Gulsen is een powervrouw in hart en nieren. Een vrouw die op haar 23ste een nog nietszeggend merk overnam en dit transformeerde in een succesvol label dat zowel de ‘gewone vrouw’ als internationale celebrities siert. Een label dat aan de vooravond van een complete strategieverandering, met bijbehorende nieuwe merknaam staat. Wij spraken Olcay Gulsen over ondernemen, marketing en haar toekomstdromen op het hoofdkantoor van haar mode-imperium ‘SuperTrash’.

De 35-jarige ondernemster gaat ons voor op torenhoge naaldhakken. Gekleed en geparfumeerd in SuperTrash vertelt zij ons over haar manier van ondernemen. Ze omschrijft zichzelf als naïef en resultaatgedreven. Naïef omdat ze ‘groot droomt’. Resultaatgedreven omdat een tastbaar resultaat nu precies datgene is, wat ondernemen in de mode volgens Gulsen zo leuk maakt. “Mode is voor mij een vorm van kunst, een soort escape. Bij het creëren ervan draag ik letterlijk mijn emoties uit. En daar ben ik niet de enige in. Dagelijks maken jij en ik vaak onbewust keuzes om datgene aan te trekken dat indirect te maken heeft met hoe wij ons voelen. Tegelijkertijd kunnen we er ook bewust voor kiezen een kledingstuk aan te trekken dat ons humeur of zelfvertrouwen beïnvloedt. Dat maakt mode voor mij speciaal, bijna mystiek.”

drive

Volgens Gulsen heeft haar gedrevenheid SuperTrash groot gemaakt. ‘In vergelijking met mijn vakgenoten heb ik niet één specifiek talent. Mijn drive is mijn talent. Ik wil continue stappen zetten, vooruitgaan en meebewegen met de markt. De wereld is in elf jaar tijd zo ontzettend veranderd. Met iedere verandering, bewegen wij mee, zonder onszelf hierin te verliezen. Dat is wat ondernemen voor mij zo spannend maakt en succes tegelijkertijd zo relatief. Telkens denk ik weer, nu gaan we de goede kant op! Dan verandert er weer wat in de mode, of de wereld en moet je gemaakt

plannen wederom over een andere boeg gooien.’ Die ‘andere boeg’ neemt Gulsen dit jaar wel erg serieus. De fashionista gaat het binnenkort namelijk ‘helemaal anders doen’. Nieuw strategie, nieuwe doelgroep, nieuwe stijl en... een nieuw merk: STstudio.’

STstudio

‘STstudio gaat aansluiten bij de hedendaagse nieuwe vrouwelijke consument die bewust leeft. Meer klassiek en volwassen, met duurzame artikelen en een open en transparant productiekanaal. STstudio gaat over bewust kopen en leven. Over creativiteit en vrijheid. Met STstudio gaan we veel samenwerkingen aan met jonge ontwerpers en kunstenaars, het wordt echt een broedplek van creativiteit.’ De ondernemster onthult dat het merk STstudio, SuperTrash in haar winkels vervangt. SuperTrash is vanaf dan alleen nog maar te koop in multibrandwinkels. Een doordachte en bewuste keuze van Gulsen. ‘Wij danken ons bestaansrecht aan de *local hero*'s. Kleine winkels die SuperTrash groot maakten. Door de opkomst van online concurrentie kunnen deze ondernemers het hoofd nauwelijks nog boven water houden. Dat mag niet gebeuren. Ik wil hen gaan teruggeven waar zij recht op hebben. Ik geef hen het exclusieve recht om SuperTrash te verkopen. Superfijn voor de kleine ondernemer, maar zeker ook superfijn voor mij. Ik kan nu twee merken runnen die elkaar niet bijten. SuperTrash blijft in deze structuur haar inspiratieve en frisse karakter behouden,

terwijl STstudio meer gaat aansluiten bij wie ikzelf vandaag de dag ben. Deze stap voelt voor mij als een cadeautje.’

marketing

De gedreven fashionista beweegt niet alleen slim mee met de markt, ze weet deze ook te bespelen. La Gulsen begrijpt marketing. Ze bemachtigde een stoel bij RTL-Boulevard, speelde de hoofdrol in haar eigen tv-show ‘Werk Aan De Winkel’ en schoot raak met haar oranje jurkjes voor Bavaria-babes tijdens het WK voetbal van 2010. Naar eigen zeggen

lees verder op pagina 31





REBELS

.COM

***IF YOU WANT TO BECOME FAMOUS,
YOU HAVE TO BE BRAVE.
CREATIVE AGENCY FOR BRAVE BRANDS.
CALL 076-5728888.***



#SUPERREBELYOURSELF

vervolg van pagina 29

behaalt Gulsen haar grootste marketingsuccessen echter achter de schermen. 'Marketing maakt vaak mooie plaatjes en praatjes, maar uiteindelijk draait het toch om contact met je eindconsument. Je moet weten wat haar bezighoudt. Wij behouden daarom al jaren een hele duidelijke open communicatielijn met onze vaste klantenkring. Eentje die in Nederland zo'n 155.000 vrouwen telt. Vrouwen die trouw zijn aan ons merk, ons graag betrekken in hun leven en mee willen denken. Hebben zij een droom of een goed idee? Dan mogen ze die altijd met ons delen, graag juist! Die inspirationale connectie zou je onze grootste marketingtool kunnen noemen.'

mannenwereld

Gulsen staat als vrouw zijnde, in een door

mannen gedomineerde branche, vrij eenzaam aan de top in modeland. Volgens de ondernemster is dit grotendeels te wijten aan gedrag en vertoon. 'Het beeld dat een man van een vrouw heeft, is vaker juist dan het beeld dat een vrouw van zichzelf heeft. Op het gebied van uiterlijk vertoon, maar zeker ook op het gebied van voorkomen en presteren. Vrouwen zijn veel te kritisch voor zichzelf. Mannelijke ondernemers schreeuwen, vaak nog voordat ze überhaupt begonnen zijn, van de daken dat ze het al helemaal gemaakt hebben. Vrouwelijke ondernemers daarentegen zijn er vaak al lang, maar durven dit nog steeds niet hardop te zeggen. Gelukkig zie ik nu een generatie vrouwen opkomen die zichzelf wat meer durft te laten zien.'

toekomstdromen

Ondanks haar successen met SuperTrash en toekomstplannen met STstudio is de ondernemster nog lang niet waar ze wil zijn. Gelukkig ook maar, want dat zou volgens Gulsen behoorlijk saai zijn. 'Op het moment dat ik wakker word en denk, nu heb ik alles bereikt, stop ik. Dan is de passie en de uitdaging weg. Niks voor mij! Met STstudio krijg ik de kans weer helemaal opnieuw te beginnen. Hoe spannend is dat! Tegelijkertijd voel ik aan alles dat het nu tijd is om serieuze stappen te gaan zetten in Amerika. Mijn droom is om daar nationaal door te breken. Misschien vind je me naïef, maar ik geloof dat naïviteit ons inspireert een bepaalde weg te bewandelen.'

