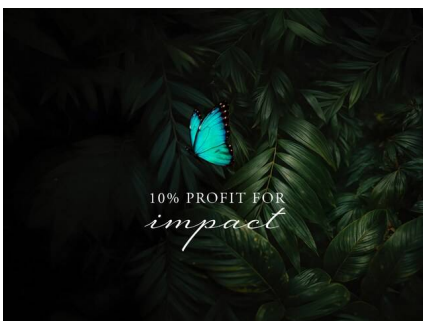


Onder embargo tot 8 oktober 9:00 CET

# Rituals stelt €20 miljoen beschikbaar voor het mentaal welzijn van jongeren

**Bewustwording blijft belangrijk, maar volgens Rituals kunnen merken meer doen om effectieve steunprogramma's bij meer jongeren te krijgen.**

- Via het 10% Profit for Impact-initiatief verwacht Rituals tussen 2026 en 2028 €20 miljoen te besteden aan partnerships en programma's die het mentaal welzijn van jongeren verbeteren.
- Volgens UNICEF en de WHO is de mentale gezondheid van jongeren uitgegroeid tot een van de belangrijkste uitdagingen voor de volgende generatie.
- Samen met andere leden van UNICEF's Global Youth Mental Health Coalition, waaronder Spotify, Sony, lululemon en de Z Zurich Foundation, zet Rituals zich in om effectieve programma's bij meer jongeren te brengen.
- Het geld gaat naar wetenschappelijk onderbouwde programma's die de veerkracht, verbinding en het emotioneel welzijn van jongeren versterken.
- Oprichter en CEO Raymond Cloosterman roept merken op hun bereik en invloed te gebruiken om bestaande hulp toegankelijker te maken.



**Amsterdam, 8 oktober 2026, Het internationale wellbeingmerk Rituals trekt tussen 2026 en 2028 via 10% Profit for Impact €20 miljoen uit voor samenwerkingen en programma's die het mentaal welzijn van jongeren verbeteren. Tegelijk roept het merk op tot meer actie, zodat bewezen oplossingen meer jongeren bereiken.**

Het mentaal welzijn van jongeren staat steeds meer onder druk. Volgens Rituals is een gebrek aan bewustwording daarbij niet meer het probleem. Overheden, scholen, zorgverleners en non-profitorganisaties in heel Europa hebben de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in het begrijpen van deze problematiek en het ontwikkelen van effectieve interventies.

Raymond Cloosterman, oprichter en CEO van Rituals: *"We weten inmiddels wat werkt. De uitdaging is om bewezen oplossingen op te schalen, zodat ze meer jongeren bereiken."*

Volgens de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) heeft een op de zeven jongeren tussen 10 en 19 jaar een psychische aandoening. Tegelijkertijd hebben veel programma's waarvan bewezen is dat ze veerkracht, verbondenheid en emotioneel welzijn versterken, moeite om de miljoenen jongeren te bereiken die er baat bij kunnen hebben. Volgens Rituals ligt hier een belangrijke rol voor merken.

Merken kunnen de plek van professionals in de geestelijke gezondheidszorg, scholen of publieke instellingen niet innemen. Wel beschikken zij over iets waar maar weinig organisaties aan kunnen tippen: dagelijks contact met miljoenen mensen, culturele invloed en het vermogen om belangrijke onderwerpen zichtbaar, relevant en concreet te maken.

Cloosterman licht toe: *"Veel organisaties bieden jongeren al de tools, steun en expertise die ze nodig hebben om veerkracht, verbinding en emotioneel welzijn op te bouwen. De uitdaging is nu om die bewezen aanpakken bij meer jongeren te krijgen. Wij geloven dat merken kunnen helpen die hulp toegankelijker te maken, door hun bereik en invloed in te zetten voor partners met veel expertise. Met 10% Profit for Impact hopen we bij te dragen aan die gezamenlijke inspanning."*

Een voorbeeld is de leidende rol van Rituals in UNICEF's Global Youth Mental Health Coalition. Daarin werken toonaangevende organisaties als Spotify, Sony Group Corporation, lululemon en

de Z Zurich Foundation samen met andere partners die zich wereldwijd inzetten voor een betere mentale gezondheid van jongeren. Rituals draagt in de coalitie bij met geld, aandacht en bereik, om oplossingen met bewezen impact sneller verder te helpen.

*Esther Polhuijs, Head of Advocacy and Programs bij UNICEF Nederland: “We weten goed wat bijdraagt aan de mentale gezondheid van jongeren. Zo weten we dat sociale verbinding een sterke beschermende factor is voor hun mentaal welzijn. Het gaat er daarom niet meer om nieuwe oplossingen te bedenken, maar om bewezen aanpakken op grote schaal bij jongeren te krijgen. Partnerschappen die onze ambitie delen en helpen dat bereik te vergroten, kunnen echt het verschil maken. Zo krijgen meer jongeren de steun die ze nodig hebben.”*

In oktober steunt Rituals Turn Down the Noise, een nieuwe campagne van UNICEF's Global Youth Mental Health Coalition, samen met Gen Z gemaakt voor Gen Z. De campagne wil jongeren helpen de sociale druk en drempels te overwinnen die echt contact met anderen in de weg kunnen staan.

Deze bijdrage bouwt ook voort op programma's die Rituals al steunt, zoals Super Chill. Daarin leren kinderen met speelse oefeningen voor lichaam en geest hun emoties herkennen en er op een praktische manier mee omgaan. Met steun van Rituals heeft Super Chill al meer dan 250.000 kinderen bereikt in Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk.

Rituals kijkt ook verder dan losse programma's en hoopt dat deze bijdrage een bredere verandering in gang zet hoe merken met mentaal welzijn omgaan. Volgens het bedrijf hoort maatschappelijke impact bij de kern van de business, als onderdeel van de manier waarop merken waarde creëren voor mens en maatschappij. Met 10% Profit for Impact wil Rituals laten zien dat winst en impact elkaar kunnen versterken.

Voor Rituals is het mentaal welzijn van jongeren een volgende stap in deze ambitie. Het merk draagt bij aan bewezen en schaalbare aanpakken die jongeren helpen de tools, vaardigheden en steun op te bouwen die ze nodig hebben om goed in hun vel te zitten. Breder gezien kunnen merken volgens Rituals hun schaal en invloed inzetten om verbinding, veerkracht en een gevoel van erbij horen te versterken bij de volgende generatie.

Deze bijdrage past in de langetermijnambitie van Rituals om ook buiten de eigen producten en diensten bij te dragen aan welzijn. Via 10% Profit for Impact gaat jaarlijks 10% van de nettowinst naar partnerschappen en programma's die het welzijn van mens en planeet ondersteunen. Naar verwachting komt dat de komende tien jaar neer op €300 tot €400 miljoen.

## EINDE

### Over Rituals

Rituals Cosmetics is een gecertificeerde B Corporation™ en richt zich binnen de luxe beautybranche op een positieve impact op het welzijn van mens en planeet. Het was een van de eerste bedrijven die bad-, lichaams- en huisverzorging samenbracht in één assortiment. Al 26 jaar wil Rituals mensen inspireren om meer balans te vinden in hun drukke leven, door alledaagse routines meer betekenis te geven. Alle producten zijn geïnspireerd op eeuwenoude tradities die je helpen geluk te vinden in de kleinste momenten.

Sinds de oprichting in Amsterdam in 2000 is Rituals uitgegroeid tot een toonaangevende speler in de branche, met een aanwezigheid in meer dan 33 landen, waaronder steden als Londen, Parijs en Madrid. Het merk heeft meer dan 1.500 eigen winkels, 4.176 shop-in-shops en 's werelds eerste Mind Oasis. Vanuit de focus op duurzaamheid werkt Rituals toe naar 90% formules van natuurlijke oorsprong en verpakkingen die navulbaar, recyclebaar of van gerecycled materiaal gemaakt zijn.

Daarnaast wil Rituals ook buiten het bedrijf een positieve impact maken door 10% van de nettowinst te doneren aan initiatieven en goede doelen die bijdragen aan het welzijn van mens en planeet. Naar verwachting gaat het de komende tien jaar om €300 tot €400 miljoen. Kijk voor meer informatie op [www.rituals.com](http://www.rituals.com).

Meer informatie over de duurzaamheidsinspanningen van Rituals staat in het [duurzaamheidsrapport](#).

- **Onder embargo tot 8 oktober 9:00 CET**

## Over Rituals

Rituals Cosmetics is een trotse Certified B Corporation™ en zet zich in om haar sociale en ecologische impact binnen de luxe beautybranche voortdurend te verbeteren. Als een van de pioniers in het samenbrengen van bad-, lichaams- en homecareproducten binnen één portfolio omarmt Rituals de filosofie om dagelijkse routines om te zetten in betekenisvolle momenten. Elk product is geïnspireerd op een eeuwenoude traditie die je helpt geluk te vinden in de kleinste dingen. Met een uitgebreid innovatieportfolio op het gebied van lichaamsverzorging, huisparfums, natuurlijke huidverzorging, verzorging voor mannen en homewear nodigt Rituals consumenten uit om hun wereld te verrijken met momenten van Well-being. Rituals werd opgericht in Amsterdam in 2000 en heeft zich sindsdien ontwikkeld tot een wereldwijd toonaangevende speler in meer dan 33 landen, met aanwezigheid in bruisende steden zoals Londen, Parijs en Hongkong, meer dan 1.500 boutiques, 4.176 shop-in-shops en 's werelds eerste Mind Oasis. Als onderdeel van haar inzet om de sociale en ecologische impact voortdurend te verbeteren, werkt het merk toe naar formules die voor 90% bestaan uit ingrediënten van natuurlijke oorsprong en verpakkingen die hervulbaar, recyclebaar of gemaakt van gerecycled materiaal zijn. Naast haar duurzaamheidsinspanningen zet het merk zich met de Profit Pledge ook in om impact te maken buiten het bedrijf door 10% van de nettowinst te besteden aan het welzijn van mens en planeet. Voor meer informatie kunt u terecht op [www.rituals.com](http://www.rituals.com).

Voor meer informatie over onze duurzaamheidsinitiatieven kunt u ons duurzaamheidsrapport raadplegen.

## Contactgegevens

### Contact

[pr@rituals.com](mailto:pr@rituals.com)

Kopieer link

<https://www.rituals.com/newsroom/nl-BEN/272925-rituals-stelt-20-miljoen-beschikbaar-voor-het-mentaal-welzijn-van-jongeren/>