



Ook deze jonge spelers van RKS VOGIDO uit Enschede spelen dankzij Brandsfit in gratis shirts.

► **Al meer dan 500 teams in gratis tenues**

Brandsfit van 19-jarige Maathuis groot succes

„Het klonk te mooi om waar te zijn”, zegt Hans Janssen Groesbeek. Hij moest even met zijn ogen knipperen toen hij vorig jaar november in de krant las dat een 18-jarige jongen gratis voetbaltenues aan amateurclubs wilde leveren. Gratis. Helemaal voor niets dus.

SANDER VAN MERSBERGEN

GROESBEEK

Janssen Groesbeek was voor zijn eigen clubje - De Treffers, uit het Gelderse Groesbeek - net bezig om nieuwe tenues uit te zoeken voor het volgende seizoen. Een week later kwamen vertegenwoordigers van Nike op de koffie, maar

Janssen Groesbeek, bestuurslid voetbalzaken bij De Treffers, besloot de jongen uit de krant toch maar uit te nodigen.

De rest is geschiedenis: sinds augustus van dit jaar lopen alle 38 jeugdteams, van F tot A, in gratis tenues, geleverd door Brandsfit. Brandsfit is het bedrijf van Jip Maathuis, de inmiddels 19-jarige jongen uit de krant dus. Hij deed wat hij in het artikel beloofde: gratis tenues leveren, met de sponsoren er al op. Aan de 38 teams van De Treffers dus, en aan nog eens meer dan 500 teams. Verspreid over bijna 70 clubs - van het Zeeuwse VV Phillipine tot VV Mamio uit Groningen.

Kwaliteit

Terug naar Groesbeek, waar bestuurslid Janssen Groesbeek moest constateren dat het niet te mooi was om waar te zijn. De tenues waren inderdaad gratis, en de shirts en broekjes die Brandsfit levert (van het merk Patrick) bleken ook nog eens van prima kwaliteit. Voor het ontwerp mocht De Treffers zelf zorgen. Dus besloot de Gelderse amateurclub om niet met een gerenommeerd sportmerk in



Jip Maathuis wil zijn bedrijf uitbreiden. Foto Koen Verheijden

De concurrentie kan vooralsnog alleen extra kortingen aanbieden

zee te gaan, maar met een jonge knul uit Twente.

Die steekt zijn grote concurrenten de loef af met een zelfverzonnen noviteit. Niet de naam van de slager om de hoek of van het accountantskantoor van de rechtsback prijkt op het shirt, maar die van een bedrijf met landelijke uitstraling. Zo lopen de jeugdteams van De Treffers met reclame van mijn domein.nl op de borst, en met tijdschrift Voetbal International op de mouw. Dat werd wel even besproken met de lokale middenstand, maar veel weerstand ontmoette het idee niet. „Die kunnen bijvoorbeeld inloopshirts of sporttassen sponsoren. Dat betekent vaak een kleinere investering.” Ook belangrijk: de jeugd loopt voortaan uniform gekleed over het sportpark. Of de spelers nou 7 of 18 jaar oud zijn, ze hebben hetzelfde shirt aan. Goed voor de uitstraling, vindt De Treffers.

Tussen de tentamens door is Maathuis alweer bezig met volgend seizoen. Aanwas komt vooral van mond-tot-mondreclame, zegt de jonge ondernemer. Zo kreeg Groesbeek bij De Treffers al bezoek van zijn collega's van Orion uit Nijmegen en OJC uit Rosmalen: allebei clubs met grote jeugdafdelingen. De ambitie van Brandsfit is om 100

tot 125 nieuwe clubs binnen te hengelen. Mocht Maathuis slagen in die opzet, dan heeft hij binnen twee jaar 6 tot 7 procent van de Nederlandse amateurclubs binnenboord. Niet slecht voor een studentje.

Concurrentie

De concurrentie heeft zijn model nog niet gekopieerd. „Die kunnen vooralsnog alleen extra kortingen aanbieden”, zegt Maathuis. „Maar dan zijn ze nog altijd duurder dan wij. En als ze hetzelfde gaan doen als wij, vertrouw ik er op dat wij zo'n voorsprong hebben, dat we ze kunnen hebben. Een strategisch concurrentievoordeel heet dat. Heb ik pas op school geleerd.”