



▲ Jip Maathuis levert jeugdteams gratis tenues dankzij de shirtreclame. FOTO KOEN VERHEIJDEN

# Tiener biedt clubs gratis tenues voor jeugdteams

**Jip Maathuis (18) strikt grote sponsors voor kleine verenigingen**

**Gratis tenues voor alle jeugdvoetballers in Nederland. Klinkt te mooi om waar te zijn, zeker uit de mond van een blaag van 18 jaar. Toch is het dit idee waarmee Jip Maathuis met zijn bedrijf Brandsfit bij clubs aanklopt.**

SANDER VAN MERSBERGEN  
Het probleem kwam Jip Maathuis tegen in het clubhuis van zijn eigen voetbalclub, Vogido in Enschede. Goedwillende vrijwilligers die tot hun schrik constateren dat de tenues van de voetballertjes van de D2 of de E6 toch echt aan vervanging toe zijn, en zich afvragen welke sponsor ze nu toch weer zo gek krijgen om honderden euro's in een set nieuwe pakjes te steken. De oplossing zag hij in Oeganda. Mensen die langs een drukke doorgaande weg een huis bouwden, maar voor het einde van het project geen geld meer hadden, konden een deal sluiten met bedrijven. Die betaalden voor de voltooiing van het huis, en kregen in ruil een prominente reclame-uiting.

## Chocoladeletters

Het idee voor Brandsfit was geboren. De 18-jarige ondernemer, die sinds zijn 9de op grote schaal chocoladeletters verkoopt voor Warchild, belooft amateurvoetbalclubs in Nederland gratis tenues. Voor al hun jeugdteams. Op de shirts staat een aantal sponsornamen. Hoe het shirt er precies uitziet: de club mag het op de website van Brandsfit zelf aangeven. In een paar kliks kan de club haar logo uploaden en de kleur en het

patroon van de shirts kiezen. Vervolgens kan men kiezen uit een rijtje sponsoren.

Jip beseft zelf ook dat het allemaal te mooi klinkt om waar te zijn. Zeker uit de mond van een jongen die nog niet zo lang geleden zelf in een blauw-zwart pupillentenue op de groene mat draafde. Het is ook de eerste reactie die hij van veel clubs krijgt: kan dit wel?

Maar als die clubs zijn verhaal horen, is de sceptis snel verdwenen. Hetzelfde gebeurde bij de Belgische modegiant Cortina, met wie de jongeling inmiddels een intensieve samenwerking heeft. „Toen ik het idee daar presenteerde stond de top-

man na 20 minuten op. Ik dacht dat hij het niks vond. Maar het tegendeel bleek waar. ‘Dit gaan we doen!’ zei hij.” Zo kon het gebeuren dat Jip 4 dagen na zijn 18de verjaardag de contracten met Cortina ondertekende. De Belgen zullen shirts, broekjes en sokken van het merk Patrick leveren. Dat deel van de puzzel is dus gelygd. Afgaande op de reacties van de zestig amateurclubs met wie Maathuis al sprak, durft hij te voorspellen dat er van die kant vraag ontstaat. Meer dan dertig clubs willen al met hem in zee. Gratis kleding zonder gedoe, ze zouden gek zijn als ze het niet deden. „Bij steeds meer clubs moeten jeugdspelers voor hun shirtjes betalen, omdat er

geen sponsoren zijn. Ons concept is voor deze clubs een uitkomst.” Rest nog één uitdaging: bedrijven vinden die de kleding willen sponsoren. Maathuis denkt dat het kan, zegt ook al diverse goede gesprekken achter de rug te hebben. Als een volleerd zakenman schildert hij de mogelijkheden die Brandsfit het bedrijfsleven biedt. „Een bedrijf kan precies aangeven hoeveel teams het wil sponsoren, in welke provincie en in welke leeftijdsklasse.” Stel dat de Rabobank in Friesland graag aan de voorkant op het shirt van 34 D-puppelenteams wil staan, dan kan dat. Volgens Maathuis slaat Brandsfit de brug tussen kleine amateurclubs en grote sponsors. En de bakker om de hoek dan? Wat als die gewoon zijn lokale vereniging wil sponsoren? „Dan kan dat. Op onze website kan hij aangeven dat hij een specifieke club wil sponsoren, en ook welk team en op welke plek hij met zijn naam wil staan. De andere plekken worden dan door een grote sponsor ingevuld.”

Van de drieduizend amateurclubs, hoopt Maathuis er voor het seizoen 2016-2017 zo'n 75 aan zich te binden. Een bescheiden aantal misschien, maar dat geeft niet. Jip Maathuis heeft nog wel even.

**De topman stond op. Hij vindt het niks, dacht ik. Maar hij zei: We doen het!**