

OFM. KLEEDT SPELERS FC UTRECHT;
VRUCHTBARE SAMENWERKING BINNEN BUSINESS CLUB

ELKAAR DE BAL TOESPELEN

Voetbal is wat FC Utrecht betreft een merk. Logisch dus dat de spelers van de selectie bij verschillende gelegenheden strak in het pak verschijnen, zorgvuldig aangekleed door OFM. in Nieuwegein. De samenwerking reikt echter verder en openbaart zich ook binnen de Business Club, waarvan beide partijen de vruchten plukken. 'Elkaar de bal toespelen,' toepasselijk uitgedrukt.

“Geloof maar dat het hele plein hier voor de deur staat wanneer de spelersbus arriveert en er dertig idolen uitstappen om te komen passen,” glimlacht Gert Kruys, ambassadeur van FC Utrecht, de club waar hij zelf bijna zijn leven lang speelde. We zitten aan de fraai ingerichte bar bij OFM. in Nieuwegein, waar gastheer Frank Corbeek toevoegt: “Dat is één en al handtekeningen uitdelen, vooral aan enthousiaste kinderen natuurlijk.”

Ongeacht welke generatie, voetbal leeft en de liefde voor de regionale trots zit diep. Dat blijkt alleen al uit de omvang van de Business Club van FC Utrecht, die bijna 500 leden telt. “De grootste en meest florierende in de wijde regio,” zegt Kruys met gepaste trots. “De commerciële afdeling barst bijna uit haar voegen. Zij haalt inmiddels tien miljoen euro per jaar binnen voor de club, waar dat nog helemaal niet zo lang geleden op 5,5 miljoen euro zat.” Mooi hoe emotie en zakelijkheid hier op een ontspannen manier met elkaar verweven raken. “Onze gasten voelen zich enorm thuis in 't Wed & Waard, onze businesslounge met het karakter van een bruine kroeg. Daar laten we met regelmaat echte Utrechtse zangers en zangeressen optreden. Verder hebben we natuurlijk een skybox voor de Business Club en een Executive Lounge voor het hogere segment.”

GEZICHT NAAR BUITEN

De ambities van FC Utrecht liegen er niet om: uiteraard sportief voor het hoogst haalbare gaan in de Eredivisie, maar daarnaast ook zichzelf als een A-merk in de markt zetten. “Vanuit dat streven besteden we veel aandacht aan de algehele uitstraling,” verklaart Gert Kruys, die vanuit zijn

ambassadeursrol sterk betrokken is bij die missie. “Sinds 2015 inmiddels werken we tot onze volle tevredenheid samen met OFM. op het gebied van zakelijke kleding voor de spelers van de selectie. Die dragen zij bij alle officiële gelegenheden, zoals persconferenties en bijeenkomsten van onze Business Club. Zij vormen per slot van rekening ons visitekaartje, ons gezicht naar buiten toe. De waarde daarvan mag je nooit onderschatten.”

Frank Corbeek: “In nauwe samenspraak met enkele stafleden van FC Utrecht bepalen we hoe de zakelijke tenues eruit moeten zien. Natuurlijk nemen we daarin het modebeeld voor het nieuwe seizoen mee, maar we geven er ook een unieke draai aan. De pakken die de spelers dragen, laten wij exclusief voor hen ontwerpen bij Dutch Dandies, een sterk opkomend premiummerk. Je zult ze niet in onze reguliere collectie terugvinden. Wel ontwikkelen we afgeleide varianten voor klanten die zich graag met de selectie van hun favoriete club identificeren.”

VOETBALHUMOR

“Bij het uitdenken van deze exclusieve kledinglijn voor de selectie van FC Utrecht ligt er altijd een interessante uitdaging: zoeken naar de juiste balans tussen een zakelijke uitstraling en een vleugje sportiviteit,” legt Corbeek uit. Kruys vult aan: “De snit moet bovendien goed zijn. Spelers houden er niet van als iets niet lekker zit.” Enthousiast wijst hij op een paar sneakers, speciaal ontworpen door de Belgische fabrikant Cycleur de Luxe en zelfs voorzien van het clublogo. “Ze zitten als pantoffels. Ik draag ze zelf ook en ga al sinds het prille begin van onze samenwerking voor mijn zakelijke en vrijetijdskleding naar OFM.”



Frank Corbeek en Gert Kruys:
voetbalhumor en korte lijnen



Tekst: Aart van der Haagen Fotografie: OFM



Mooie merken, goede kwaliteit en aardige mensen die oprechte service verlenen. Oké, één ding zit me wel dwars... dat Frank Corbeek voor Vitesse is. Daar heb ik echt moeite mee." Geschater van twee heren. "Voetbalhumor," vervolgt de ambassadeur van FC Utrecht. "Als één van de clubs slecht of goed presteert, vliegen

de berichten meteen op en neer over de app. Zonder gekheid: dit illustreert hoe kort de lijnen zijn." OFM. etaleert zijn gastvrijheid ook richting de spelers. Corbeek: "De laatste keer dat ze kwamen passen hebben we geregeld dat de bekende 'voetballerskapper' Michel Vorm van barbershop Maesons hierheen kwam om ze te knippen. Mooi om de wachttijd door te komen en voor ons een rustmoment in het doorpassen. Zo sneed het mes aan twee kanten."



ALLEMAAL HETZELFDE SETJE
Precies dat laatste typeert de samenwerking tussen FC Utrecht en OFM., die zich ook weerspiegelt in activiteiten voor de Business Club. "We haken erbij aan of faciliteren ze," vertelt Corbeek. "Zo hebben we hier in het voorjaar een spellenavond gehouden, samen met Holland Casino en Wills Catering. Als partners kun je natuurlijk meer realiseren." Kruys: "Iedere maand staat er wel iets op het programma. De aftrap van het seizoen in augustus met een barbecue en een introductie van de spelersselectie, padel, golf, een avond naar de schouwburg, noem maar op. Verder heeft onze Business Club zijn eigen voetbalteam. Mannen die natuurlijk ook bij OFM. komen shoppen en allemaal hetzelfde setje dragen. Dan moet je de concurrentie eens zien kijken tijdens een wedstrijd, want dit mag je uniek noemen. Je leest de vragen zo van de gezichten af: 'Zijn dit nou de jongens van de selectie? Nee toch? Dat kan toch niet op die leeftijd?' Ook weer zo'n voorbeeld van hoe wij ons als A-merk willen positioneren." Last but not least beschikt OFM. over zes kaarten om samen met relaties de thuiswedstrijden van FC Utrecht te bezoeken. De liefde zit immers diep.

Meer informatie: www.onlyformen.nl