



Partnershipleader Olger Smits van Decathlon **Kipsta** ademt voetbal

'BINNEN TWEE JAAR KIEZEN CLUBS VOOR KIPSTA'

Bezoekers van thuiswedstrijden van FC Eindhoven kunnen tien minuten voor het eindsignaal stemmen op de Decathlon Man of the Match. Zoals de naam het al zegt, sponsort de bekende sportwinkelketen deze uitverkiezing. Decathlon start als business-clublid, voelt zich thuis bij de club aan de Aalsterweg en speelt graag een prominentere rol. Hoogste tijd dus om kennis te maken met Olger Smits, het gezicht achter dit sponsorcontract én binnen Decathlon verantwoordelijk voor partnerships van het voetbalmerk Kipsta.

TEKST: ANDRÉ DRIESSEN | FOTO'S: EDDIE MOL

Voetbal en Olger Smits, het is een liefde voor het leven die al op 4-jarige leeftijd begint bij Blauw Geel '38 in Veghel. Op straat, op een veldje of op het schoolplein, hij beoefent zijn geliefde hobby elke dag. „Op de basisschool maakten we tijdens de lessen al opstellingen om zo min mogelijk tijd te verliezen in de pauzes”, herinnert hij zich nog als de dag van gisteren. „Ook vroeg ik elk jaar aan Sinterklaas een nieuwe bal. En het lukte me niet om in een winkelstraat een sportzaak voorbij te lopen, zonder een blik binnen te werpen.”

Voetbalshirts

Olger Smits trapt niet alleen vaak en graag tegen een bal, hij heeft ook een voorliefde voor voetbalshirts. Vooral de shirts van cultclubs hebben zijn voorkeur. „Ik heb heel lang een shirtverzameling van clubs over de gehele wereld gehad”, vervolgt hij zijn verhaal. „Mijn allereerste voetbalshirt was het azuurblauwe shirt van Italië, met de naam Maldini op de rug. Het strakke Kappa-shirt van AS Roma-speler Totti was mijn favoriete shirt. Ik kon het niet laten om tijdens elke vakantie of stedentrip een shirt van de plaatselijke voetbalclub te kopen.”

Gescheurde kruisbanden

In zijn jeugdijaren is Olger Smits een talentvol speler. Toch strandt zijn carrière bij de Veghelse derdedivisionist in het tweede team. Op 27-jarige leeftijd maakt hij de overstap

naar RKVV Erp, dat uitkomt in de eerste klasse. „Bij deze club heb ik vijf jaar in het eerste gespeeld”, vervolgt Olger Smits. „Gescheurde kruisbanden waren spelbreker. Tijdens de coronaperiode heb ik moeten revalideren. Het klinkt gek, maar ik kijk toch met plezier terug op deze zware tijd. Ik ben er sterker uitgekomen. Nu voetbal ik in het tweede elftal. In de jeugd was ik een echte middenvelder, nu speel ik als centrale verdediger. Ik geniet ervan om de opbouw in gang te zetten.”

Passie

Na de middelbare school kiest Olger Smits voor de studie International Relations in Utrecht, een combinatie van de vakken geschiedenis, internationaal recht, economie en politicologie. Zeven jaar zit hij in de Domstad op kamers. Het weerhoudt hem er niet van om doordeweeks in Veghel te trainen en op zondag te voetballen. „Voetbal is mijn lust en mijn leven”, geeft hij tekst en uitleg. „Mijn week is goed gevuld: één keer in de zaal met vrienden en drie keer op het veld met het tweede van RKVV Erp. Ook op tv kijk ik alles wat los en vast zit. Zo volg ik de verwickelingen in alle grote competities.”

Partnershipleader Decathlon Kipsta

Na zijn studie kijkt Olger Smits uit naar een droombaan met een internationaal karakter. Plotseling komt

Decathlon op zijn pad. Het is een buitenkans om voor het internationaal sport georiënteerde bedrijf aan de slag te gaan. Eerst als trainee en nu als partnershipleader. „Het is mijn taak om de samenwerking aan te gaan met BVO's, amateurclubs en individuele sporters”, licht Olger Smits een zijn werkzaamheden toe. „Er zijn weken bij dat ik het gehele land doorkruis. Gelukkig werk ik in dit project samen met Pascal te Koppele uit Enschede, hij is een fervent supporter van FC Twente en juicht bij thuiswedstrijden zijn favoriete club vanuit vak P toe.”

Fundament

Al enkele jaren timmert Decathlon met het voetbalmerk Kipsta aan de weg. Eerst in Frankrijk, waar de roots van het bedrijf liggen. Later in België, en nu dus ook in Nederland. „In België is KV Oostende de eerste profclub die volledig in Kipsta speelt en traint In Ligue 2 in Frankrijk worden Nîmes Olympique en AS Nancy gesponsord. Ook spelen alle clubs in de Ligue 1 en 2 met de Kipsta-bal. Dankzij deze ervaringen hebben we een fundament gelegd waarop we in Nederland graag verder bouwen.”

Eerste sponsorcontract

Enkele jaren geleden stapte Decathlon bij FC Eindhoven in als businesspartner. Via een oud-teamgenoot van Blauw Geel – destijds werkzaam als accountmanager – maakt Olger Smits kennis met de club. Tijdens een kopje koffie bespreken ze wat Decathlon en FC Eindhoven voor elkaar kunnen betekenen. „Ons eerste contract was vooral op exposure gericht. In ruil voor een altijd zichtbaar reclamebord boven de catacomben ontving FC Eindhoven een winkelbudget. Bij de eerste evaluatie concludeerde ik: FC Eindhoven is een leuke, interessante club, hoe kunnen we nog meer uit onze samenwerking halen?”

'Ons eerste contract was vooral op exposure gericht'

Cadeaukaart

Voordat corona zijn intrede doet, bedenkt FC Eindhoven de actie Decathlon Man of the Match. Dit jaar wordt de actie nieuw leven ingeblazen. Supporters stemmen via Insta-

gram op hun favoriet. De speler van de week ontvangt een Kipsta-bal, onder de stemmers wordt een cadeaukaart verloot. „Via het ledscherm op de Henk Bloemers Tribune en via de speaker worden supporters opgeroepen om hun stem uit te brengen”, legt Olger Smits uit. „Het rendement is nog lastig te meten. Wel zien we dat de winnaars van de cadeaukaart lang actief zijn op de website en vaak twee keer het gewonnen bedrag uitgeven. Op termijn willen we een nog actievere rol spelen. Zo willen we met ledboording en acties op social media onze duurzame samenwerking uitbreiden.”

'Het is onze doelstelling om binnen twee jaar duurzame partnerships in het amateur- en profvoetbal te realiseren'

Sponsordeals

Voor de levering van wedstrijdleding krijgen Olger Smits en zijn collega regelmatig aanvragen van voetbalclubs uit geheel Nederland. Dat is een teken dat Decathlon en Kipsta steeds serieuzer genomen worden. „Het is onze doelstelling om binnen twee jaar een aantal duurzame partnerships in het amateur- en profvoetbal te realiseren”, blikt Olger Smits vooruit. „Om die ambitie waar te maken zijn naamsbekendheid en goede, persoonlijke contacten met spelers en de convenantclubs uit het netwerk van FC Eindhoven cruciaal. In het futsal hebben we al een belangrijke slag geslagen. Het overgrote deel van de spelers van FC Eindhoven Futsal speelt op Kipsta-zaalvoetbalschoenen.”

Excellente sfeer

Volgens Olger Smits is de sfeer bij de club excellent, zowel bij de Business Club als bij de Young Business Club. „Van directeur tot huisschilder: je loopt hier elk type ondernemer tegen het lijf”, stelt hij tevreden vast. „FC Eindhoven is een warme, toegankelijke club. Dat past goed bij de kernwaarden van Decathlon. Ik ben dus heel blij met onze samenwerking.” 🤝

