

SHOPPEN BIJ ONLY FOR MEN WORDT STEEDS MEER EEN 'BELEVING'

'WIJ ZIJN ER VOOR ÁLLE MANNEN VAN NEDERLAND'

Bewust zijn de winkels van Only for Men, met ingang van dit seizoen kledingsponsor van FC Utrecht, niet in de centra van de grote steden gevestigd. "Nee", zegt storemanager Jules Glaudemans van de winkel in Nieuwegein, "we willen uit de drukte blijven en onze klanten moeten goed kunnen parkeren, het liefst voor de deur." Een gesprek met hem en met Rens Drost, marketing manager van Only for Men.

TEKST: HARRY VAN DAM / FOTOGRAFIE: GERRIT VAN KEULEN

Only for Men vierde afgelopen oktober zijn vijftienjarig bestaan. "Onze oprichter, Piet Feenstra, begon destijds in Reusel zijn eerste winkel, vooral met klassieke herenmode", vertelt Rens Drost. "We zitten daar, vlakbij de Belgische grens nog steeds, maar dan in een ander pand. Later startte Piet's zoon Arthur, tegenwoordig algemeen directeur, in Rosmalen de tweede zaak."

Voor de laatste jaren heeft de groei van het bedrijf een enorme vlucht genomen. Op dit moment telt de onderneming vijftien winkels waaronder de zogeheten Mensperience Stores in Doesburg en Voorburg en Het Magazijn (outlet store) in Lelystad. En geheel naar de geest van deze tijd zijn er ook twee Only for Men webshops. "Maar onze winkels blijven het belangrijkste", zegt Drost. "Zo'n 12 procent van de omzet gaat

via online. Onze klanten vinden het toch het prettigst in de winkels hun kleding uit te zoeken. En wij hechten ook veel waarde aan een persoonlijke relatie met de klant."

Die klant kan inmiddels voor veel meer dan alleen een pak van een topmerk bij Only for Men terecht. Ook schoenen, overhemden, polo's, truien en een grote collectie accessoires (zoals horloges, boeken, geuren en tassen) behoren tot het assortiment. Bovendien wordt shoppen bij Only for Men steeds meer een 'beleving'. "In de Mensperience Store in Doesburg met een oppervlak van ruim 1.250 vierkante meter hebben we bijvoorbeeld een barbier, er is een bar, je kunt er een broodje eten en er is een atelier, waar je kleding direct kan worden vermaakt", somt Drost op. "En dan kun je ook nog eens een keer gratis voor de deur parkeren."



Rens Drost





Doorpassessie

Ook de winkel in Nieuwegein, waar Jules Glaudemans als storemanager de scepter zwaait, is een pareltje, qua assortiment en dienstverlening. "We zitten op een nieuwe locatie, met een parkeergarage pal naast de zaak", vertelt de manager van de Only for Men-winkel die het dichtst bij het stadion van FC Utrecht is gevestigd. "Onze winkel is de één na nieuwste van ons bedrijf en van hieruit bedienen we FC Utrecht." En de FC weet de weg naar Only for Men in Nieuwegein ook te vinden. "Bij het begin van het seizoen hadden we hier een doorpassessie met alle spelers, technische staf en andere medewerkers van de club", aldus Glaudemans. "We hebben daarvan een leuk event gemaakt, waarbij iedereen gewoon veel plezier had. Ook dat is een vorm van beleving", zegt hij.

Naamsbekendheid

Glaudemans is een trouwe bezoeker van de wedstrijden in Stadion Galgenwaard. "Natuurlijk, ik geniet van het voetbal, maar de relatie met FC Utrecht gaat zeker verder dan dat", legt hij uit. "Met de boardingreclame in het stadion werken we aan onze naamsbekendheid en we zijn actieve leden van de Business Club." De reden daarvoor ligt voor de hand. "We komen daar directeuren van bedrijven tegen, die nog weleens een pak nodig hebben en ze hebben vaak ook medewerkers die goed gekleed moeten gaan. Daar liggen voor ons mogelijkheden", aldus Jules.

Stitch & Buttons

Voorals ook, omdat Only for Men sinds begin 2016 eveneens actief is in de bedrijfskleding, een branche die wat in de versukkeling was geraakt. "Onder de naam Stitch & Buttons leveren we professionele, toegankelijke en ook representatieve bedrijfskleding, voor mannen én vrouwen", vertelt Glaudemans. "Helemaal gepersonaliseerd naar de eigen stijl van een bedrijf kunnen we complete bedrijven aankleden. En dan gaat het niet alleen om zakelijke kleding, maar ook om pakweg kleding voor horecamedewerkers of werkbroecken voor garagemonteurs. Dus voor de meest uiteenlopende branches, zoals die ook bij de Business Club van FC Utrecht zijn vertegenwoordigd."

Hoe dan ook, voor Jules Glaudemans heeft de relatie met FC Utrecht -en dan met name het lidmaatschap van de Business Club- zeker meerwaarde. "Je moet de mensen natuurlijk niet continu lastig vallen, maar we proberen de mogelijkheden die er liggen wel echt te benutten", zegt hij. "Zo zijn we laatst met een bus met zo'n veertig businessleden naar de uitwedstrijd bij Vitesse geweest", geeft Glaudemans als voorbeeld. "Op weg naar Arnhem heb je dan een dik uur de tijd jezelf als bedrijf te laten zien, maar het was ook gewoon een leuke middag."

Maar het zijn zeker niet uitsluitend zakelijke relaties voor wie Only for Men iets 'doet' rond FC Utrecht. "We hebben een loyaliteitsprogramma", legt Jules uit. "Vaste klanten trakteren we geregeld op een uitje. Zo zijn we met honderd klanten naar de thuiswedstrijd tegen Heracles geweest. Die mensen hebben dan een

plezierige middag en waarderen dat ze worden uitgenodigd", merkte de storemanager. "Dat werkt echt beter dan sparen voor waardebonnen of het geven van korting."

Jaarlijks honderd events

Ook landelijk is dat de policy van Only for Men. "Jaarlijks organiseren we zo'n honderd events", vertelt marketing manager Rens Drost. "We hebben daarvoor speciaal iemand in dienst, die niets anders doet dan het opzetten van events als bierproeverijen en de organisatie van onder andere wieler- en auto-evenementen. Laatst hadden we nog een weekend lang een erg geslaagd game-event in onze winkel in Voorburg", aldus Drost. "Dergelijke activiteiten zijn goed voor het opbouwen van een band met je klanten."



Jules Glaudemans



rk van der Maarel, Willem Janssen, Arthur Feenstra, Martijn Standaard en Simon Makienok

Tijdens het gesprek komt Rens nog op een ander idee. "Weet je", zegt hij, "we verzorgen ook de kleding voor clubs als Vitesse, De Graafschap, RKC en FC Lienden, de club van Hans Kraay jr., die voor ons de radio-commercials doet. Eigenlijk zouden we die spelers meer moeten inschakelen, bijvoorbeeld een wedstrijd met wat voetballers op een Playstation. Of een speler een keer wat technische trucjes laten doen", geeft hij als mogelijkheden. "Ik weet zeker dat onze klanten het erg leuk zouden vinden om een bekende voetballer in de winkel tegen te komen. Daar gaan we in de toekomst zeker nog meer mee doen."

Stichting Mannen voor Mannen

Natuurlijk, de medewerkers van Only for Men hebben er plezier in de Nederlandse

man goed en toch betaalbaar aan te kleden en daarmee heeft het bedrijf succes. "Dus moeten we maatschappelijk ook wat terugdoen, vinden we", zegt Drost. Al langer ondernam Only for

Men activiteiten waarvan de opbrengst ten goede kwam aan mannen in Nederland die het wat minder hebben. Maar sinds het voorjaar van 2017 zijn die activiteiten ondergebracht in de Stichting Mannen voor Mannen. "We komen onder meer in actie tegen prostaatkanker", vertelt Rens. "Weet je dat die ziekte 10.000 mannen per jaar treft? Samen met onze medewerkers en andere vrijwilligers organiseren we in het kader van onze stichting allerlei acties, zoals loopevenementen, om geld in te zamelen. Dat gaat naar het KWF en komt ten goede van het bestrijden van prostaatkanker." De medewerkers van Only for Men zetten zich graag in voor dat goede doel, benadrukt Drost. "Want wij vinden echt: Only for Men is er voor alle mannen van Nederland."



HANS KRAAY JR.: 'IK BEHOOR ECHT TOT DE DOELGROEP'

Sinds drie jaar is Hans Kraay jr. op diverse radiostations te horen met commercials voor Only for Men. Zelf is Hans (voetbaltrainer, -verslaggever en -analist) een enthousiaste klant bij de winkelketen. "Ik behoor ook echt tot de doelgroep", meldt Hans. "Ik ben er eerlijk gezegd niet zo'n liefhebber van om urenlang winkel in, winkel uit te zoeken naar een pak, een overhemd, schoenen of een spijkerbroek. Maar ga ik naar Only for Men, dan word ik goed geadviseerd en in een ontspannen omgeving kan ik rustig uitzoeken en passen. En het mooie is ook: je kunt het zo duur of voordelig maken als je zelf wilt."

Een kruising tussen Brad Pitt en Richard Gere

Only for Men is een winkel die past bij de brede achterban van FC Utrecht, vindt Kraay. "Ik kom daar jongens van de Bunnik Side tegen, maar ook leden van de Business Club en grote sponsors van FC Utrecht. Het is maar net wat je wilt of kunt uitgeven, maar je komt er altijd goed gekleed uit. Kijk maar eens hoe de spelers van FC Utrecht er bij lopen. Strak, modern en eigentijds. Zij zijn echt uitgangsborden voor Only for Men." Dat geldt ook voor trainer Erik ten Hag, zegt Hans. "Zelfs Erik ten Hag ziet er in een Only for Men kostuum uit als een kruising tussen Brad Pitt en Richard Gere", lacht Hans.

Kraay heeft een hartelijke relatie met het bedrijf. "Dat is begonnen doordat ik dichtbij het filiaal in Geldermalsen woonde. Later leerde ik het hele team van Only for Men beter kennen en heb ik onder meer de nieuwe zaak in Nieuwegein geopend", vertelt Hans. Hij loopt nog weleens bij het kantoor van Only for Men in Geldermalsen naar binnen. "Piet en Arthur, vader en zoon, zijn super leuke kerels. Harde werkers en zeer succesvol, maar oh zo gewoon gebleven. Het zijn mannen met wie je graag een biertje drinkt. Ik kom daar graag en we hebben een werkrelatie die is gebaseerd op vriendschap en wederzijds respect. We hebben niet eens een contract voor mijn werkzaamheden", aldus Kraay.