



Frederique de Laat

Een podium voor vrouwelijke atleten

Frederique de Laat (Branthlete)
over haar buitenlandse expansie



Door *Judith Seebus*

05-07-2026

(Social) impact Profiel

Bedrijfsstrategie Frederique de Laat waagde eind 2024 een sprong in het diepe. Ze werd medeoprichter van Branthlete – een marketingbureau voor vrouwensport. Het bedrijf maakte naam in Europa en daarbuiten door vrouwelijke atleten te verbinden aan merken en campagnes te ontwikkelen die hun sportcultuur centraal stellen.

Het doel is tweeledig, vertelt De Laat. ‘Uiteindelijk draait het om de verhalen van vrouwelijke atleten die als eersten in hun sport geschiedenis hebben geschreven en die niet konden terugvallen op dezelfde rolmodellen als hun mannelijke collega’s. Onze rol is ervoor te zorgen dat het publiek kennismaakt met het verhaal van deze sporters, maar tegelijkertijd helpen we de sportorganisaties die achter hen staan door strategisch mee te denken. Bijvoorbeeld een voetbalclub die worstelt met de vraag van hoe zij meer toeschouwers naar het stadion kunnen krijgen voor het vrouwenteam.’

‘De budgetten voor het Nederlandse vrouwenvoetbal zijn vaak slechts een fractie van die voor het mannenvoetbal, vervolgt De Laat. ‘De meeste vrouwelijke sporters krijgen, ondanks hun succes, nauwelijks een podium. Juist daarom zijn hun verhalen zo interessant, zowel voor de sportwereld als voor merken. Het zijn vaak bijzondere en inspirerende verhalen van vrouwen die barrières doorbreken en nieuwe wegen inslaan. Bovendien zoekt een vrouwelijk publiek naar andere rolmodellen en verhalen dan die van de vele mannelijke sporters die doorgaans de aandacht krijgen.’

Je had een goede baan. Hoe kijk je nu naar succes?

De Laat: ‘Rond mijn dertigste ontdekte ik dat wat ik deed niet mijn passie was. Het ondernemerschap is misschien zelfs zwaarder dan een baan in loondienst met veel verantwoordelijkheid, maar nu doe ik iets wat ik elke dag echt leuk vind. Natuurlijk zijn er ook dagen waarop ik het minder leuk vind, omdat je als ondernemer ineens ook verantwoordelijk bent voor taken die niet altijd even leuk zijn. Maar als ik zie dat we de sport op onze eigen manier vooruithelpen, vind ik dat heel vet. Ik geloof ook dat het op de lange termijn meer oplevert om je passie te volgen, zowel persoonlijk als financieel.’

‘Het geldt zeker niet voor iedereen van mijn generatie, maar veel van mijn leeftijdsgenoten vinden het cooler om bij UNICEF te werken dan om te zeggen dat je een hoge functie hebt bij Tata Steel. Maar je moet wel lef hebben. Een huis en financiële zekerheid zijn voor jonge mensen, zeker in de grote steden, niet altijd vanzelfsprekend. Dat geldt al helemaal als je ervoor kiest om ondernemer te worden.’

Waar kan jouw generatie het verschil maken?

‘Er zijn veel mensen zijn die hun capaciteiten kunnen inzetten om zich te richten op thema’s waar je echt impact kunt maken, zoals het klimaat of gelijkheid. Dat vind ik ook heel waardevol. Tegelijk wil ik geen heilig boontje zijn; ik doe mijn eigen ding en draag bij binnen mijn eigen domein. Voor mij is dat de sportwereld. Daar wil ik iets in betekenen.’

Waar liggen kansen en uitdagingen bij *impact investing*?

‘Een belangrijke uitdaging is hoe we kunnen meten wat we doen en welke impact we daadwerkelijk maken, en hoe we ervoor zorgen dat positieve veranderingen goed worden gewaarborgd. Bijvoorbeeld: hoe bereken we de impact van onze advertentiecampagnes, ook op sociaal-maatschappelijk gebied?’

‘Tegelijkertijd zie je dat steeds meer bedrijven dit belangrijk gaan vinden. Het gaat niet langer alleen om hogere verkoopcijfers, maar ook om het leveren van een positieve bijdrage aan de wereld. Uiteindelijk moet er meer bewustwording worden gecreëerd. Er moet meer over *impact investing* worden geschreven en mensen met een groot bereik zouden zich hierover moeten uitspreken. Als we een aantal sterke succesverhalen laten zien, ontstaat er vanzelf meer vertrouwen en geloof in deze aanpak. Dat kan werken als een vliegwielt.’

Wat doet Branthlete?

<https://www.wereldvanfilantropie.nl/nieuws/een-podium-voor-vrouwelijke-atleten>

© This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC-ND 4.0 license

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Branthlete is het enige sportmarketingbedrijf in Europa dat zich exclusief richt op vrouwensport. Het bedrijf werd eind 2024 opgericht door Frederique de Laat en Derk van Kleeff vanuit een gedeelde frustratie: het gebrek aan zichtbaarheid van én investeringen in vrouwelijke atleten. Branthlete wil daar verandering in brengen door vrouwelijke sporters een podium te geven door hen te verbinden aan merken. CEO Frederique de Laat werd begin 2026 door *Het Financieele Dagblad* geselecteerd als een van de veelbelovende jonge ondernemers van het jaar.

<https://branthlete.nl/>

Abonneer je op ons gratis Journaal:

E-mail adres

Schrijf je in