



De Rockets veroveren de wielwereld

FOTO ROCKETS CYCLING

Wat zeven jaar geleden begon als YouTubekanaal is nu een profwielploeg met een bijzondere insteek. Afgelopen maand joegen de Unibet Rose Rockets in de Giro d'Italia op etappewinst. Alumnus **Josse Wester** (MA marketing, 2015) is mede-eigenaar en vanaf de start betrokken.

 BERT PLATZER

Het klinkt als een jongensboek-verhaal over drie vrienden die de top bereiken, maar van begin af aan had de samenwerking tussen Josse Wester, ex-profrenner Bas Tietema en creatieveling Devin van der Wiel een commerciële insteek. In 2019 trokken ze naar de Tour de France – zonder persaccreditering – om voor het YouTubekanaal Tour de Tietema opdrachten van kijkers uit te voeren. 'Ik had Bas toen twee keer gesproken', zegt Josse Wester (1993). 'Devin kende ik omdat we bij dezelfde tv-producent hadden gewerkt. Bas zocht mensen om de video's voor zijn YouTubekanaal te produceren. Devin en ik hadden beiden niet zoveel met wielrennen, maar het leek ons commercieel gezien een kansrijk project.'

Dat bleek inderdaad het geval. Met Wester als organisatorische en commerciële man stroomden de adverteerders toe. Tijdens de coronacrisis kochten Wester en Van der Wiel zoals zovelen een tweedehands racefiets en ontstond het idee dat zij voor het kanaal zouden leren wielrennen. Bij de KNUW schreven ze zich in als wiel-

vereniging, die in 2023 een wielploeg voor semiprofs werd.

Al in 2024 werd dit een volwaardige profwielploeg, die uitkomt op het tweede niveau van het professionele wielrennen. Vorig jaar deed het team dankzij een wildcard al mee aan Parijs-Roubaix. Dit jaar volgden veel meer wildcards, zelfs voor de Giro d'Italia – een ongekend snelle ontwikkeling. Van drie personen groeiden de Rockets uit tot een internationale organisatie van 120 mensen, waarvan dertig wielrenners uit tien landen. Nog steeds vervult het YouTubekanaal een hoofdrol. Bij vrijwel elke koers, of voorbereiding daarop, worden de renners gevolgd. 'Ons online bereik is binnen de wielwereld ongekend groot. De binding met je followers zorgt voor community. Dat is voor sponsors reuze interessant en dat is de reden dat we zo snel hebben kunnen groeien.'

Daarom heeft de wielploeg een eigen naam, in plaats van de naam van de hoofdsponsor over te nemen, zoals gebruikelijk is. 'Wij zijn de Rockets. De bedrijfskleur van onze hoofdsponsor is groen, maar die vind je niet terug in ons tenue. Met de Rockets

creëren we een stabiele, herkenbare factor waar mensen fan van kunnen zijn, ongeacht wie ons sponsort. Dat is in het voetballen heel normaal, maar in het wielrennen niet. FC Groningen heet ook niet FC Univé.'

Nog steeds is Wester de man voor de organisatie en commercie. 'Ik onderhoud contacten met sponsors, maar ook met alle organisaties die er in het internationale wielrennen zijn, zoals de UCI en de koersorganisaties.' Daarbij komt zijn bachelor Internationale Bedrijfskunde en master Marketing aan de RUG goed van pas. 'Ik heb helaas nooit colleges gehad over het beginnen van een wielploeg, maar verder overlappen mijn taken binnen de ploeg precies met de studies die ik heb gedaan.'

En de Giro? Wat de Rockets daar zullen presteren is ten tijde van dit interview – eind april – nog koffiedik kijken. 'Dylan Groenewegen is dit seizoen een van de beste sprinters ter wereld, dus met hem hopen we een etappe te winnen. Dat zou in de eerste etappe al kunnen, waardoor we ook de roze trui zouden veroveren. Dat zou het ultieme sprookje zijn.'