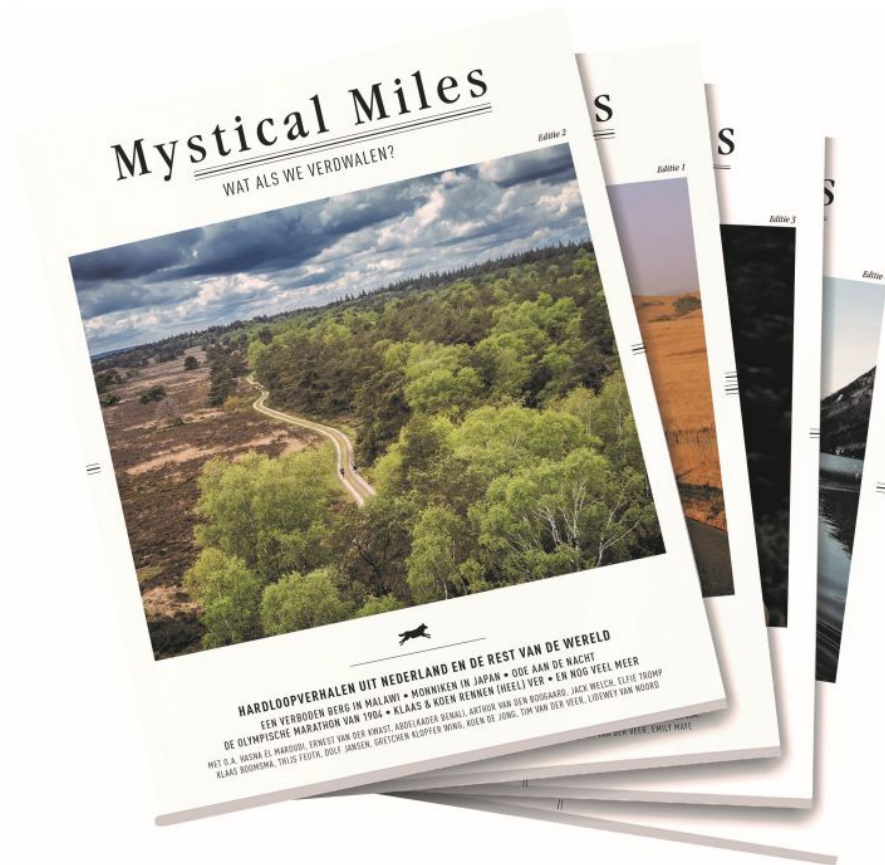


Literair hardloopblad **Mystical Miles** is klaar voor het grote publiek

08-12-2022 11:00



Met wisselend succes kwamen de afgelopen decennia literaire sportbladen op de markt. *Hard Gras*, *De Muur* en *Soigneur* hielden stand, andere vielen vroegtijdig om. Het literaire sportblad *Mystical Miles* is in maart vorig jaar met frisse moed begonnen. Een niche? Hoofdredacteur Koeleman vindt van niet, gezien het grote aantal hardlopers in Nederland. Hij heeft er alle vertrouwen in: "Als 1 procent van alle lopers in Nederland ons blad leest, hebben we al 30.000 abonnees."

"Literatuur is voor de elite, voetbal wordt beschouwd als een sport voor het gepeupel. Men vindt het een vulgair thema, een goedkope volkssport. In Nederland blijft het vooral een jongensboekenthema," fulmineerde literatuurcriticus Jaap Goedegebuure, toen in 1994 het literaire tijdschrift *Hard Gras* werd gelanceerd. Hoewel verschillende schrijvers zoals Godfried Bomans en Herman Gorter ooit in clubverband voetbalden, waren literatuur en sport van oudsher gescheiden werelden: die van de hoge, elitaire en de lage, populaire cultuur. Dat die twee samen konden komen in een literair tijdschrift kon Goedegebuure zich maar moeilijk voorstellen.

Sportbladen in Nederland

Hard Gras, opgericht door Henk Spaan, Matthijs van Nieuwkerk en Hugo Borst, bewees dat dat heel goed kon. Het blad werd een succes. In vijf jaar tijd gingen 250.000 exemplaren over de toonbank. Inmiddels wordt *Hard Gras* uitgegeven door Ambo|Anthos en is het met een oplage van ongeveer 10.000 exemplaren per editie een vaste waarde op de tijdschriftenmarkt.

Aangemoedigd door de goede resultaten van *Hard Gras* ontstaan in de decennia daarna ook andere literaire sporttijdschriften zoals *Zwart ijs* (schaatsen), *New Balls, please* (tennis), *42* (hardlopen), *Matten* (schaken), *Soigneur* en *De Muur* (wielrennen).

Van die titels blijven uiteindelijk alleen *De Muur*, in 2002 op poten gezet door Mart Smeets en Bert Wagendorp, en *Soigneur*, in 2012 opgericht door twee creatieve Rotterdamse ontwerpbureaus, overeind. Beide zijn nu gevestigde namen binnen de niche waarin ze actief zijn. *De Muur* heeft gemiddeld een oplage van zo'n 4 à 5000 exemplaren per editie. *De Soigneur* is sinds 2015 Engelstalig en richt zich op een wereldwijde doelgroep, met zowel online verhalen als het papieren blad dat tweemaandelijks verschijnt.

Om lezers aan zich te binden en rendabel te blijven, maken beide bladen gebruik van een crossmediale strategie: een combinatie van magazine, website, sociale media en een webshop met boeken, kleding en accessoires. *Soigneur* gaat nog een stapje verder en heeft naast het magazine ook Soigneur Agency opgezet. Dat is een andere, creatieve poot van Soigneur die campagnes, evenementen en verhalen produceert in opdracht van een brede klantenkring.

Literair magazine voor hardlopers.

Sinds vorig jaar begeeft zich een nieuwe, interessante speler op het letterkundige sportveld: *Mystical Miles*, een literair tijdschrift voor hardlopers.

Oprichter en hoofdredacteur Hans Koeleman liep al langere tijd met dat idee rond. De oud-atleet en tienvoudig Nederlands kampioen steeplechase schreef vier jaar geleden de hardlooproman *Het Blauwe Uur*. "Ik had al langer het idee een literair blad over hardlopen te beginnen. In 2005 verscheen het literaire hardlooptijdschrift *42*, uitgegeven bij WP Sportmedia. Het was heel goed qua inhoud, maar dat heeft het uiteindelijk niet gered. Zoiets wilde ik nieuw leven inblazen," vertelt Koeleman. Drie jaar geleden besloot hij serieus met het plan aan de slag te gaan. "Over hardlopen zijn zoveel mooie verhalen te vertellen. Het is zonde als die blijven liggen. Daar moet een markt voor zijn, bedacht ik."

Met een klein team bestaande uit zakelijke kracht Marnix Drysdale, schrijver Koen de Jong en ontwerper Femke Hoogland, bekend van de vormgeving van *Soigneur*, blaast Koeleman zijn plan een nieuw leven in. De vier organiseren een succesvolle crowdfunding voor de lancering van het blad.

Sterke verhalen na een biertje.

Een nieuw loopmagazine voor lopers die na een run liever sterke verhalen vertellen met een biertje, dan kwark eten voor een snel herstel, zo luidt de aansporing om iets bij te dragen aan het nieuwe magazine. Het idee blijkt velen aan te spreken. *Mystical Miles* haalt bijna € 25.000 op bij 510 donateurs, terwijl gemikt werd op € 18.000. Voor de makers het bewijs dat er écht vraag is naar een dergelijk tijdschrift.

Het resultaat is het eerste 144 pagina's dikke nummer van *Mystical Miles* dat in maart 2021 verschijnt. De titel is geïnspireerd op het boek *Mystical Miles* van de Zuid-Afrikaan Paul Vorwerk. Deze roman gaat over hoe hardlopen meer is dan trainen, racen, presteren en zelfontplooiing. Een opvatting die helemaal aansluit bij de gedachte achter *Mystical Miles*.

Mystical Miles

WAT ALS WE VERDWALEN?

Editie 5



HARDLOOPVERHALEN UIT NEDERLAND EN DE REST VAN DE WERELD

DE ZOMER • ARTHUR LYDIARD EN WAIATARUA • HARDLOPER HUIZENGA • ESPRESSO RUNNING
GEEN WOORD VOOR NIETS • FRANK SHORTER EN DE EERSTE RUNNING BOOM • ODE AAN BOB

MET O.A. MARIA BARNAS, WIEP IDENZGA, TIM OVERDIEK, FLORIAN JÄGER, HASNA EL MAROUDI, THIJS FEUTH,
ERIK JAN HARMENS, LIDEWEY VAN NOORD, PETER NIJSSEN, ROGER ROBINSON, PAUL VORWERK

Het hardlooptijdschrift, dat vier keer per jaar verschijnt, richt zich op de menselijke emoties en drijfveren. Het is een thematiek die je ook in andere literaire sportbladen terugziet, maar het eigenzinnige *Mystical Miles* voegt daar nog het avontuur, de ongebaande paden aan toe.

'Wat als we verdwalen?' is niet voor niets de ondertitel. "Achter hardlopen gaat een grootse, onbekende wereld schuil die de gedachten prikkelt, mystieke ervaringen opwekt en aanzet tot poëtische bespiegelingen: We hebben het al eerder geschreven: de hardloper is bevoorrecht. Om überhaupt te kunnen lopen, om de ongebaande paden in te kunnen gaan, om bij een wazige maan en omgeven door machtige duinen naar de stilte te luisteren," zo schrijft hoofdredacteur Hans Koeleman, dan ook in het voorwoord van een van de edities.

Geen hobby

Koeleman en zijn team maken het blad vooralsnog naast hun andere werk, maar van een hobby is geen sprake, zo benadrukt hij. Evenmin van het spreekwoordelijke 'zolderkamertje', waar het magazine in elkaar wordt gezet. "We hebben het vanaf begin af aan serieus en professioneel aangepakt. Niet als een hobby en ook niet

als een hobbyblad. Vooraf hebben we goed onderzocht of er een markt voor is. En die is er." Van een niche wil Koeleman niet spreken. "In Nederland lopen 3 miljoen mensen hard. Als één procent daarvan ons blad leest, hebben we al 30.000 abonnees. Laat het een half procent zijn, dan zijn het er nog altijd 15.000."

Het ontbreekt Koeleman niet aan vertrouwen en dat is ook wel nodig als je een nieuw hardloopblad in de markt zet, in de wetenschap dat er al een reus op dit vlak is: *Runners World*. Met een oplage van bijna 39.000 exemplaren geen kleine speler op de markt. Koeleman maakt zich daar niet veel zorgen over. "Wij staan inhoudelijk heel ver van *Runners World* af en kiezen nadrukkelijk voor de literaire vorm. Hoewel *Runners World* een heel goed hardloopblad is, is onze grootste angst juist daarop te gaan lijken. Wij zijn volledig anders en zijn géén informatief blad met verhalen over voeding, trainingen, wedstrijdverslagen of looptips. In *Mystical Miles* staan verhalen met een diepere laag waarin de menselijke emoties naar voren komen, binnen de context van hardlopen. Verhalen die ook interessant zijn voor mensen die niet hardlopen. In de komende editie staat bijvoorbeeld een stuk waarin hardlopen helemaal niet voorkomt, maar waar de hardloper zich toch in zal herkennen. Ook schrijvers die niets met hardlopen hebben, kunnen een bijdrage aan ons blad leveren. Bijvoorbeeld door hun mening over de sport te geven, er fictief over te schrijven of een historisch verhaal over de sport te vertellen."

Gestaag groeien

Mystical Miles werkt met een bont gezelschap van nationale en internationale freelancers. Aan de afgelopen zes edities werkten in totaal zestig verschillende schrijvers mee, van bekende namen als Dolf Jansen, Maria Barnas en Ernest van der Kwast tot jonge debutanten, historici en bevlogen journalisten met een voorliefde voor hardlopen.

"Inmiddels zijn we bij de zevende editie en groeien we gestaag," vertelt Koeleman. "We hebben nu zo'n 1300 abonnees. Het blad is in de losse verkoop ook bij enkele hardloopzaken verkrijgbaar, maar dat zien we meer als promotie. We verdienen daar weinig op en willen liever dat mensen een abonnement nemen. Daarnaast hebben we adverteerders en gaan we commerciële samenwerkingen aan, bijvoorbeeld door mensen mee te nemen naar een hardlooptraite of workshops aan te bieden. Financieel spelen we op dit moment quitte."

Koeleman is ervan overtuigd dat *Mystical Miles* de komende tijd nog blijft groeien, zeker als het tijdschrift nog bekender wordt. De plannen reiken verder dan Nederland. "We willen in de toekomst ook een Engelstalige editie gaan maken, omdat we in Amerika en Zuid-Afrika veel potentie zien voor ons blad. Voor marketing en reclame hebben we weinig middelen. Daardoor moeten we de grote sprong nog maken, maar die gaat echt wel komen. Het is een kwestie van vertrouwen, de juiste mensen inschakelen en de juiste dingen doen."