

# Gids in de wereld van bewegen

**BEDRIJFSSPORT** Marko Koers (36) ontwikkelt ideeën voor werkgevers die oog hebben voor de fitheid van hun medewerkers.

**M**arko Koers maakt een ontspannen indruk. De voormalige middenstandloper heeft zijn draai gevonden na een langgerekte en met veel successen beladen carrière als atleet. „Ik voel me nog steeds topsporter. Alles wat ik doe, doe ik met veel ambitie en passie.“ In 2004 liep hij zijn laatste wedstrijd. De Nijmegenaar stopte, toen hij zich realiseerde dat een vierde olympisch optreden een stap te ver was. „Het scheelde één seconde,“ beaadt hij met spijt in zijn stem. De Spelen in Athene leken hem de ideale gelegenheid om afscheid te nemen, maar ook zonder die gedroomde 'finish' heeft hij veel om met trots op terug te kijken.

Nu runt hij met hetzelfde enthousiasme en perfectionisme dat hem als atleet kenmerkte een eenmansbedrijf: Marko Koers Sports. „Ik heb gemerkt dat ik het leuk vind om mensen te inspireren en te motiveren - en dat kan ik ook. Mensen nemen iets van mij aan.“

Hij ontwikkelt en organiseert bedrijfsport. Zijn motto is 'mensen boeien, binden en bewegen door sport'. Afhankelijk van wat zijn klanten wensen, be-

PAPENDAL

HENK VAN DER SLUIS



denkt hij een kant-en-klare aanpak en neemt zelf ook de rol van inspirator op zich.

Koers: „Bedrijven sturen hun medewerkers geregeld naar trainingen en bijscholingscursussen om hun kennis te vergroten, maar ook de emotionele en fysieke batterij moet af en toe worden opgeladen. Dat zien die bedrijven zelf ook wel in, ze weten alleen niet hoe ze dat moeten aanpakken. Dat doe ik voor ze.“

Koers inventariseert allereerst de behoefte van de werknemers. „Wat doen ze al aan sport? Hoe zitten ze in hun vel? Wat zouden ze willen gaan doen als ze van de baas de kans krijgen? Die vragenlijst stuur ik per mail rond en er komt soms wel 'tachtig procent ingevuld terug.“

Daarna buigt hij zich over een plan van aanpak en schetst de tijdlijn. „De ene keer gaat het om een bedrijf van 250 mensen, de andere keer om 1500 medewerkers. Eén ding is duidelijk: als werknemers

iets niet willen, moet je het ze ook niet aanbieden.“

Als een bedrijf het voorgestelde plan omarmt, regelt Koers geschikte accommodatie, sprekers, trainers en andere professionele begeleiders die nodig zijn voor een vlekkeloze uitvoering. „In de loop der jaren heb ik een groot netwerk opgebouwd van professionals.“

Zelf doet hij meestal de *kick-off*. Daar vertelt hij over zijn eigen ervaringen als topsporter en vergelijkt die met zijn ambities als recreant; zo wil hij in het najaar de marathon van Berlijn lopen.

„Het is makkelijk om als bedrijf je werknemers een fitness-abonnement te geven, maar dat volstaat niet. Met bedrijfsport kun je de vitaliteit van je medewerkers verbeteren én tegelijkertijd hun interne betrokkenheid. Een groot deel van ziekteverzuim is niet te wijten aan ziekte. Als mensen het niet naar hun zin hebben, melden ze zich eerder af. Met collega's sporten is een manier om dat te verbeteren.“

Een van de vragen die Koers werknemers stelt, gaat over hun fitheid. „Welk cijfer geef je jezelf voor je gezondheid, wil ik altijd weten. Opvallend is dat de cijfers van mensen van een bedrijf met veel ziekteverzuim niet afwijken van die van een organisatie met veel zieken. Dat vind ik een verrassende constatering.“

Koers beweert niet dat hij alle ge-



Marko Koers, afgelegen zondag bij de Fortis Marathon Rotterdam: „Ik heb een groot netwerk opgebouwd.“ FOTO PIM BIAS

zondheidsproblemen bij bedrijven kan wegnemen. „Ik zeg altijd: *Jullie moeten de gezondheidstaart zelf bakken, ik zorg alleen voor de slagroom op die taart.*“

**Koers beschouwt het tot zijn taak om voor werknemers de drempel naar bewegen zo te verlagen, dat die geen hindernis meer vormt. „Ik wil mensen inspireren. Ik wil hen iets le-**

ren over hun eigen lichaam, zonder hen te betuttelen. Je moet daarbij goed oppassen welke woorden je gebruikt. Vrouwen bijvoorbeeld, trek je eerder over de streep als je niet over 'sport' praat, maar over 'bewegingsactiviteiten'. Vrouwen zijn sociaal en recreatiever ingesteld, zo is mijn ervaring.“

Het inspireert ook als 'de baas' meedoelt. „Als die enthousiast is,

helpst dat. Maar als het om bedrijfsport gaat, moet het niet zo zijn dat je de directeur in de groep er zo uitpikt. De directeur moet één van de velen zijn.“

Marko Koers vertelt bevlogen over zijn werk en vindt dat hij een 'unieke en fantastisch leuke baan' heeft. „Het is heerlijk om mensen te laten genieten van sport. Toen ik stopte met atletiek had ik geen fi-

nanciële buffer om het een tijdje rustig aan te doen. Ik wilde ook graag meteen aan de slag, maar ik had geen idee welke kant het op zou gaan.“

Aanvankelijk vormde hij samen met voormalig Adidas-marketeer Paul Ubachs het sportmarketingbureau On Your Marks. „Ik heb veel van Paul geleerd, maar wat ik nu doe, past beter bij mij. Het heeft me

twee en een half jaar gekost om daar achter te komen,“ bekent Koers.

**Jaren geleden is hij in Amerika afgestudeerd als werktuigbouwkundige maar sport en bewegen passen beter bij hem. En het gaat hem goed in zijn nieuwe rol. „Na dit gesprek moet ik weer aan de slag met offertes. Deze week moeten er nog zeven de deur uit.“**