

Johan Derksen: BN'er en knuffelhufter

Over volksvermaak en het onaantastbare imago van de voetballerij

Bas van Stokkom

De voetbalbusiness lijkt het slechtste in mensen boven water te halen. Zwart geld, witwassen, illegale spelershandel, fraude, oplichting, omkoping, belastingontduiking, goksyndicaten geweld, cocaïnehandel, vandalisme, racisme, seksisme, bijna alles wat God verboden heeft, passeert in het voetbalwereldje zowat iedere week de revue. En dan hebben we het niet eens over excessieve beloningen binnen de topclubs, financieel wanbeheer en schulden die op de samenleving worden afgewenteld. Profvoetbal is een maatschappelijke uitwas, maar wel een populaire uitwas. Veel politici en grootondernemers sloven zich uit om deze min of meer malafide branche de hand boven het hoofd te houden, terwijl de entertainment-industrie praatprogramma's tekortkomt om het heldenvertoon onder een chauvinistisch publiek aan de man te brengen.

In haar studie over misdadgeld en voetbal merkte Brigitte Slot (2010: 26) het volgende over de voetballerij op:

'Er is sprake van een grote sociale aantrekkingskracht en maatschappelijke onaantastbaarheid, waardoor soms andere maatstaven worden gehanteerd dan in meer reguliere bedrijfstakken.'

Die onaantastbaarheid – zo luidt mijn veronderstelling – wordt mede in stand gehouden door de vele voetbaltalkshows en -programma's waarin rijkelijk betaalde, zogenaamde voetbalkenners hun zegje kunnen doen. Zij produceren en reproducen de mythevorming rondom clubs en hun iconen en hebben weinig oog voor de schaduwzijden van de voetbalbranche. Op het Mediapark heerst een stevig taboe op kritische doorlichting van die branche, want dat zou het imago van de sport en het verdienmodel zomaar in gevaar kunnen brengen. Bovendien zou een grote schoonmaak op veel weerstand stuiten en de pret van het voetbalpubliek bederven.

Om dat te illustreren leg ik in dit essay de handel en wandel van Johan Derksen, de eigenzinnige Nederlandse voetbalpaus, onder het vergrootglas. In het verleden heeft juist deze BN'er met enige regelmaat wantoestanden binnen de branche onder de aandacht gebracht, maar de laatste tien jaar is hij een van de iconen van een onaantastbare voetbalcultuur geworden.

In deze bijdrage zal ik het succes van brombeer Derksen – verkozen tot grappigste man van Nederland – duiden tegen de achtergrond van de immer voortgaande opmars van de entertainmentindustrie. Ik bespreek achtereenvolgens het merk *Voetbal International*, Derksens strapatsen, onder andere met zijn talkshowmaatjes Genee en Van der Gijp, zijn stijl, drijfveren en de permanente opstand tegen

alles en iedereen. Ik concludeer dat de vrijplaats van voetballerij maar een regel kent: 'the show must go on'. Liever wegstijgen van de lelijke aspecten van de bedrijfstak dan je de woede van het kijkvolk op de hals halen.

Voetbal International

Voetbal International bestaat al sinds 1965 en is daarmee het langstlopende voetbalmagazine van Nederland. Het tijdschrift werd opgericht door socialist en journalist Cees Roozmond, niet te verwarren met naamgenoot en zoon die momenteel directeur is van sportclub Heerenveen. Hij slaagde erin om samen met de directie van het socialistische dagblad *Het Vrije Volk* geldschieters voor het blad te vinden.

Na een lange succesvolle periode is het aantal abonnees de laatste twintig jaar fors gedaald. Tegelijk wordt *Voetbal International* geteisterd door conflicten, ontslagen en nieuwe starts. Zo vertrok hoofdredacteur Christiaan Ruesink – voormalig hoofdredacteur van *AD* – in 2018 na een tweejarig dienstverband. In die twee jaar voerde hij kostenbesparingen door en liet de redactie krimpen met 40%. De nieuwe directeuren van de print en online mediaproducten moesten *Voetbal International* ombouwen tot een 'ijzersterk merk'. Bij de interne conflicten speelt ook mee dat de redactie van het tijdschrift het gelijknamige tv-programma van Genee, Van der Gijp en Derksen te plat vindt.

Wie momenteel *Voetbal International* in de digitale zoekmachine slingert, moet zich eerst door een stortbak van advertenties heen werken. Het merk is trending en bestsellers over het privéleven van voormalige voetballers zoals Van der Gijp en Kieft zijn in trek. Dat genre biedt vooral voyeuristische doorkijkjes op het morsige bestaan van de idolen en hun geworstel met de sterrenstatus.

Derksen – lange tijd hoofdredacteur van *Voetbal International* – wilde in het verleden nog wel eens kritisch kijken naar de voetballerij. In 1989 legde hij een zwart geldcircuit bij FC Groningen bloot, waarna de FIOD met groot vertoon van macht een inval deed in het Oosterparkstadion. Er bleek jarenlang te zijn gefraudeerd en voorzitter Renze de Vries werd tot acht maanden celstraf veroordeeld.¹ De zieke en broze man hoefde uiteindelijk maar vijf dagen te zitten. Derksen en zijn collega's van *Voetbal International* wilden soms de 'keiharde werkelijkheid' laten zien, de maffia rondom het voetbal, de manipulatie, omkoperij, witwassen en de goksyndicaten. Derksen gaf in 2010 twee redacteuren vijf maanden vrijaf om de wereld van de voetbalmafia in kaart te brengen (Knipping & Van Duren, 2012/2013).

Sinds Derksen zich manifesteert als BN'er in de VI-talkshow met Genee en Van der Gijp lijkt zijn animo om kritisch onderzoek te doen of te stimuleren op een laag pitje te staan.

Intussen zit het VI-trojka bij Talpa, de lucratieve speeltuin van John de Mol. Genee oogst daar jaarlijks € 700.000, Van der Gijp en Johan Derksen ieder

1 www.sportinstad.nl/artikel/fiod-inval-bij-fc-groningen-1989.

€ 500.000.² Daarmee zijn de heren toegetreden tot de topklasse van grootverdieners in de entertainmentbranche. Overigens, steeds meer sterren hebben de overstap naar Talpa gemaakt. Van de commerciële omroepen is alleen RTL (nog) niet in handen van deze quasimonopolist. Overigens heeft de miljardair De Mol – zijn vermogen werd in 2018 geschat op € 2,7 miljard³ – fanatieke ambities: zijn bedrijf is druk doende een dataslurpmachine te bouwen die de strijd moet aanbinden met techgiganten als Facebook en Google.⁴ De mediamagnaat lijkt een Berlusconi-achtige carrière te ambiëren en de Talpa-tentakels hebben de Nederlandse populaire cultuur en de nieuwsvoorziening stevig in de greep.

Foute grappen

In de populaire talkshow *Voetbal Inside* (destijds nog onderbracht bij RTL) grosierden Derksen en zijn kompanen in seksistische, racistische en homofobe grappen. Politica Sylvana Simons en programmamaakster Sunny Bergman trokken in 2017 aan de bel en drongen aan op een reclameboycot van het programma. Interessant is dat de hoofdsponsors van het programma, Heineken, Toto (de Nederlandse Loterij) en Gillette veel moeite deden zich te distantiëren van de kwetsende grappen van de heren en dat tegelijkertijd RTL met een persbericht naar buiten kwam dat de omroep zich vierkant achter de presentatoren opstelde. Plechtig zei de omroep dat kwetsende opmerkingen beschermd moeten worden in het kader van de vrijheid van meningsuiting. Lompe, controversiële en ongenueanceerde opmerkingen horen dus een plek te krijgen op tv. Hier manifesteert zich een interessant kapitalistisch spiegelgevecht over de publieke moraal: de sponsors omarmen diversiteit en wijzen kwetsende opmerkingen over homoseksuelen af, terwijl de commerciële omroep meer brood ziet in programmering van plat vermaak.

Dat alles interesseerde Derksen weinig. Hij reageerde zich maar weer eens af op Sylvana Simons.

‘De Sinterklaas- en Zwarte Piëttijd zijn weer voorbij dus heeft mevrouw Simons weer even niks om de aandacht mee te trekken. Ik begin haar zo langzamerhand erg zielig te vinden. Ze roept weer iets en ongetwijfeld krijgt ze straks weer alle ruimte om in door grachtengordelfiguren gedomineerde talkshows haar zegje te doen. Ergerniswekkend is dat. Volgens mij gaat het

2 Mark Koster (2018, 9 juni), Johan Derksen en René Van der Gijp gaan €500.000 verdienen bij Talpa, Wilfred Genee €700.000. *Quote*, www.quotenet.nl/entertainment/a215737/johanderksen-en-rene-van-der-gijp-gaan-500000-verdienen-bij-talpa-wilfred-genee-700000-215737.

3 www.ad.nl/show/john-de-mol-opnieuw-rijkste-bn-er-in-quote-500~a0fc969a.

4 Investico bestudeerde de datahonger van Talpa en constateerde dat het bedrijf al in 2018 over de gegevens van ongeveer 7,5 miljoen Nederlanders beschikte. Thomas Muntz & Karlijn Kuijpers (2018, 28 november), John de Mol is watching you. De datahonger van Talpa. *Investico*, www.platform-investico.nl/artikel/john-de-mol-watching.

niet helemaal goed met die Sylvana. Het wordt eens tijd dat ze professionele hulp zoekt. Want dit is niets meer of minder dan ziekelijk.⁵

De columns

Het lezen van Derksens verzamelde columns is een vermoeiende bezigheid. Het gaat om haastwerk en snel in elkaar geflanste portretjes, inhakend op de waan van de dag en dus behoorlijk gedateerd. *Voetbal voor volwassenen* is een aaneenschakeling van vooringenomen meningen en zijn stijl beperkt zich hoofdzakelijk tot afkraken en inpeperen. Haast iedere voetballer, trainer en collega-journalist wordt door het slijk gehaald, ook een trainer als Gertjan Verbeek die qua karakter wel wat op Derksen lijkt. 'Verbeek acteert graag Rambo. Zijn verwilderde imago lijkt hij bewust in stand te houden.' (Derksen, 2011: 219) Om een Jan van Halst of een Guus Hiddink de grond in te boren rijgt Derksen de leugens haast dwangmatig aan elkaar. De columns zijn daarom voorspelbaar en zelden scherp analyserend. Het aardige is dat Derksen dat zelf ook wel ziet:

'Ik begrijp heel goed dat het publiek wel eens moe wordt van mijn zelfingenomen mening ... Soms heb ik een hekel aan mezelf, maar ik ben ook maar toevallig verdwaald op het Mediapark' (idem: 61/62).

'Ik verbeeld me niets, ik ken mijn beperkingen, maar de voetballerij zonder Johan Derksen kunt u zich toch niet voorstellen, dat wordt oersaai en dat gun ik niemand' (idem: 65).

Ook de BN'ers die in *Kanjers, culthelden & engnekken* de revue passeren, wordt de maat genomen. Genadeloos, eerlijk, karaktervol, ad rem en ongenueanceerd, dat zijn de eisen die Derksen steevast van zijn helden verlangt, zichzelf inclusief. Hij doet veel moeite zich als clown te presenteren, maar rancune en gif zitten daarbij dikwijls in de weg. De man geniet van verbaal vandalisme. Maar ook dat heeft grenzen. Zo stelt hij larmoyant vast dat het geen pretje is om in en rondom stadions geïntimideerd te worden en met de dood bedreigd te worden (Swart & Derksen, 2014: 246). In *Linkspoot* merkte hij al op dat hij moe wordt van 'de onvolwassen wijze waarop de voetballerij met een pittig geschreven column omgaat' (Derksen, 1998: 7). Hij beklaagt zich erover dat je tegenwoordig niets meer mag zeggen en dat iedere harde grapjas zoals Hans Teeuwen op zijn qui-vive moet zijn (Swart & Derksen, 2014: 52). 'L'histoire se repète': het bekende patroon van de vuilspuiter die zelf wordt aangevallen of vreest te worden aangevallen.

5 Tom Tates (2017, 20 december), Adverteerders hekelen homograppen Voetbal Inside, *AD*, www.ad.nl/show/adverteerders-hekelen-homograppen-voetbal-inside~ad717522.

Clown of Grootinquisiteur?

Merkwaardig genoeg wordt Derksen nog altijd aangesproken als analist of journalist, terwijl hij toch overduidelijk als clown zijn geld verdient. Let wel, serieuze en welluidende voetbalanalyses á la Hans Kraay senior zouden direct het verdienmodel van Veronica Inside ondermijnen. Kraay senior stopte met zijn gastrol in het programma, omdat hij zich 'niet meer gelukkig voelde met de rol die hij als deskundige voor zijn rekening nam'. Een deskundige heeft Derksen nooit willen worden:

'Bij voetbalanalyses gaat het niet om de bovenmenselijke inspanning om orend een zekere bekwaamheid te claimen, maar juist om met een stralende glimlach zo deskundig mogelijk ondeskundig te zijn' (Swart & Derksen, 2014: 54).

Nu brengt Derksen zijn humor bepaald niet altijd speels en met een knipoog. Meestal doet hij dat met het uitgestreken gezicht van een grootinquisiteur. Alles en iedereen wordt karakterologisch gefileerd. Mede door zijn provocaties en het eeuwige gevecht tegen hypocrisie en schone schijn is Derksen de knuffelhufter van Nederland geworden. Afzeik-tv in optima forma. Nederlanders vinden het kostelijk. Dat zal niet verbazen, want openhartig alles eruit flappen en ongezouten je mening verkondigen vormen inmiddels een Hollandse tweede natuur (zie daarvoor Van Stokkom, 2010). In een libertaire vrijstaat werken de vooroordelen van Derksen bevrijdend: hij heeft moed, is gevat en bovenal eerlijk.

Maar waarom die verbetering? Derksen doet in sommige opzichten denken aan de rabiëte Hirschi Ali die de confrontatie aanging met eenvoudige moslimmeisjes om ze op het verlichte pad te brengen. Ook Derksen lapt de regels van *parrhesia*, het vrijmoedige spreken, aan zijn laars. Machtige opponenten kun je – en moet je – flink van repliek geven, met alle risico's van dien. Maar de opponenten aan de onderkant die onzeker zijn en hun weg nog moeten vinden, zou je eerder behulpzaam tegemoet moeten treden (Van Stokkom, 2008). Toegepast op onze BN'er: mooi wanneer hij de arrogante Van Gaal tackelt, maar het openlijk voor schut zetten van voetballende teenagers is dient geen doel en openbaart een dwangmatige behoefte eenieder de les te lezen.

Een van de constanten in zijn carrière is dat hij een notoire ruziemaker is gebleven. Ook een aandachtverslaafde man, niet weg te krijgen van de buis, waar hij met veel genoegen wild om zich heen mag slaan. Inderdaad, een karikatuur van zichzelf. Dat is pijnlijk te zien. Ook pijnlijk is de loyaliteit aan het commerciële format van beschuldiging, belediging, roddel en achterklap. Verdrietig is ook dat een alerte dwarsligger de roepstoeter van het rancuneuze mannelijke bevolkingsdeel is geworden. In feite heeft Derksen zijn ziel aan de commercie verkocht en is hij – ondanks veel gegrom en de dagelijkse vlucht terug naar Drenthe – een meeloper geworden in het circuit van mediagrootverdieners.

Er is een mildere beoordeling mogelijk. Derksen en zijn incorrecte vrienden bieden kantinevermaak met een hoog competitiegehalte: wie is het meest beledi-

gend? Branie en vlegelachtigheid, hopen op giftige reacties, wat in wezen kenmerkend is voor puberale rebellie op het schoolplein. De titel van Derksens biografie – *Voetbal voor volwassenen* – is daarom een groot mysterie.

Verrassend genoeg bestaat er een andere Derksen, de man die blues en americana liefdevol omarmt. Als hij daarover vertelt, wordt hij zelfs een warm mens. Te hopen is dat hij daar geen verdienmodel van gaat maken. Tijdens de laatste aflevering van Jeroen Pauw – eind 2019 – waren Derksen en zanger Dani Vera te gast. Vera zei geen waarde te hechten aan geld en gouden platen. Muziek maken is immers geen wedstrijd. Derksen zat er wat bedremmeld bij. Hij vindt dat eigenlijk zelf ook, maar – zo zag je hem denken – je moet een mooie kans om je loopbaan te kapitaliseren niet voorbij laten gaan.

Derksen blijft in sommige opzichten een enigma. Zo heeft hij doorlopend kritiek op platte commerciële programma's, maar hij is niet vies om daar zelf een steentje aan bij te dragen. Verbazend is ook dat hij zich *contre coeur* laat bewieroken als gevierde mediaheld en tegelijk BN'ers wegzet als 'zichzelf aflickende windbuilen' in een 'troosteloze' en 'wanhopig onechte' wereld (Swart & Derksen, 2014: 13/14). Opmerkelijk genoeg is de assertieve volksheld er trots op de 'schaamte voorbij' te zijn, maar kritiseert hij de inhaligheid van voetballers. Het hele of halve miljoen dat hij jaarlijks binnensleept, is hem uiteraard zomaar komen aanwaaien.

Besluit

Als geen ander weet Derksen waar de rot in de voetbalbranche zit, maar hij zal niet snel pleiten voor een grote schoonmaak. Hij lijkt zich te schikken in zijn rol van linksfoot om zijn cynische wereldbeeld te kunnen uitdragen. Liever bijdragen aan het feestje van het voetbalminnende mannenvolk, dan de bedrijfstak kritiseren. Overigens laten de meeste sportprogramma's de wantoestanden in voetballand links liggen, ook de brave borsten van *Studio Sport*. Stel je voor dat de pret van de kijker bedorven wordt. En stel je voor dat je zomaar een intellectueel betoogje zou houden of zou worden betrap op het formuleren van alternatieven! Dat geldt wel als grootste zonde binnen de entertainmentindustrie. De vraag is dan ook of die business nog überhaupt de *credits* heeft om geloofwaardige kritiek op de voetballerij te uiten.

Natuurlijk, het publiek stelt ongenueanceerd de waarheid vertellen op prijs en vindt het onderuithalen van oplichters als Sepp Blatter, de oud-voorzitter van de FIFA, prachtig. Maar een politiek-economische benadering van de voetballerij leeft niet. Liever wordt ingespeeld op mannendromen over heldhaftig, beroemd en gefortuneerd zijn. Een speler die in Nederland blijft en het grote geld bij een buitenlandse club laat liggen, wordt voor gek verklaard. Torenhoge salarissen en de belasting tillen: het hoort er nu eenmaal bij.

Zowel de voetballerij als de journalistiek lijkt te zijn opgeslokt door de entertainmentindustrie en moet dus beantwoorden aan dezelfde wet: de gunst van de kijker winnen. Oplagen en kijkcijfers zijn gezaghebbend, niet kennis of expertise. De legitimiteit van mediaprogramma's bestaat dus bij de gratie van populariteit (Van Ostajen & Jhagroe, 2012). Dat betekent dat journalistiek onderzoek naar corrup-

tie en criminaliteit in de voetbalbranche van ondergeschikt belang is. In de context van de kijkcijferterreur ligt het voor de hand om dat onderzoek te minimaliseren. Een grootkapitalist als John de Mol zal daar reuzeblij mee zijn. Uiteraard krijgen opblazende emoties rondom schandalen en slachtoffers weer wel een plek in de programmering. Woedende en getergde gezichten beantwoorden immers aan het verdienmodel. Maar een kritische doorlichting is saai en vervelend en wordt niet gevreten door consumenten en televisieslaven. Het volk wil spektakel, emotie en heldenverering.

Tien jaar geleden concludeerde *Justitiële verkenningen* in het nummer over voetbal (nr. 1 2010, p. 8) het volgende:

‘De tijden dat voor sport een uitzondering werd gemaakt – een vrijplaats in de samenleving in plaats van een gewone gereguleerde economische sector – lijken definitief achter ons te liggen. (...) Voetbalbonden ontkomen er niet meer aan maatregelen te nemen om het voetbal evenwichtig en schoon te houden – en zijn zich daar terdege bewust van.’

We moeten helaas constateren dat er weinig veranderd is: voetbal is nog altijd een financieel ongezonde bedrijfstak. Crimineel geld, een ondoorzichtige transfermarkt en de dubieuze rol van spelersmakelaars blijven aan de orde van de dag. Zolang het ‘product’ voetbal miljoenen aan reclameopbrengsten blijft voortbrengen en het mediabedrijf kampioensdromen en identificatie met sterren en hun perverse inkomens blijft voeden, zal dat niet snel veranderen. Derksen en zijn maatjes – en in feite de hele entertainmentindustrie – zorgen ervoor dat de voetballerij een vrijplaats blijft voor rivaliteit, spektakel, prestige, heldenverering en afgunst. Dat maakt manische vormen van emotionele energie los. Voetbalvermaak is onaantastbaar. Wee de politicus of journalist die durft te tornen aan die symbolische functies.

Literatuur

- Derksen, M. (2011), *Johan Derksen. Voetbal voor volwassenen*. Gouda: Voetbal International.
- Derksen, J. (1998), *Linkspoot*. Amsterdam / Antwerpen: Anthos / Icarus.
- Knipping, T. & I. van Duren (2012/2013), *Voetbalmafia*, delen 1 en 2. Gouda: Voetbal International.
- Ostaijen, M. van & S. Jhagroe (2012), Politiek populisme voorbij. Een verkenning naar populisme in massamedia, kunsten en wetenschap. *Sociologie*, 8(1), 45-65.
- Slot, B. (2010), Misdaadgeld en voetbal; emotioneel witwassen en andere oneconomische motieven. *Justitiële verkenningen*, 36(1), 12-27.
- Stokkom, B. van (2008), *Mondig tegen elke prijs*. Den Haag: Boom Juridische uitgevers.
- Stokkom, B. van (2010), *Wat een hufter*. Amsterdam: Boom.
- Swart, J.D. & J. Derksen (2014), *Kanjers, culthelden & engnekken. Beroep BN'er (1951-2014)* deel 2. Gouda: Voetbal International.