

10(2007)3, juni

Auke Kok, *Dit was Veronica. Geschiedenis van een piraat.*
 Thomas Rap,
 367 blz.,
 ISBN 9 789060 056226,
 € 19,90.

ROCK AROUND THE MONEY OF THE SIXTIES

■ Auke Kok houdt van teleurstellingen die in het nationaal geheugen zijn gegrift. Drie jaar geleden schreef hij een prachtig boek over hoe Nederland er aan toe was na het verlies van de finale Duitsland-Nederland tijdens het wereldkampioenschap voetballen. En nu komt hij met *Dit was Veronica. Geschiedenis van een piraat* waarin 1974 ook al een cruciaal en teleurstellend jaartal is. Na veertien jaar illegaal vanaf een schip een radiozender in de lucht te hebben gehouden, moest de directie er in dat jaar mee ophouden. Rob Out, disjockey en toenmalig directeur van Veronica, gooide er *live* een laatste dramatische boodschap tegen aan: "Met het afscheid nemen van Veronica, sterft ook een beetje de democratie in Nederland."

Zomaar een radiostation beginnen was verboden en toen die zender vervolgens niet alleen commercieel en onverzuild bleek werd dat als subversief beschouwd. Auke Kok heeft met veel gevoel voor detail niet alleen de geschiedenis maar ook het misverstand Veronica (*Radio Noordzee* laten we even buiten beschouwing) beschreven. Toen Willem van Kooten, alias Joost den Draaijer, in 1960 op negentienjarige leeftijd bij radio Veronica ging werken, was hij bepaald geen vertegenwoordiger van wat we later de jaren zestig zijn gaan noemen. Hij studeerde Nederlands aan de gereformeerde Vrije Universiteit, speelde de rol van profeet in het ncrv-programma *Jeugdland* en had zeker geen linkse ideeën. Maar hij was wel een brutale en handige jongen die door zijn succes op de radio steeds meer "zichzelf" werd en daarmee een lichtend voorbeeld voor al die andere jongeren die ook zichzelf wilden zijn. Den Draaijer sprak in zijn eerste programma *Joost mag het weten* niet de jongeren aan, nee elke luisteraar had het idee dat Joost persoonlijk tegen hem of haar sprak. Iedereen was 'oké' en de massamens werd als een individu aangesproken. En dat was een verademing in een tijd dat *Rock Around the Clock* van Bill Haley nooit op de radio te horen was geweest. Wie het kende, had het ergens op een kermis gehoord, want daar werkten ook mensen die lak hadden aan wat er vanaf de kansel of door de socialistische natuurverenigingen verboden werd.

■ Begin jaren zestig werd het minimumjeugdloon ingevoerd, en kwam de transistorradio op de markt die ervoor zorgde dat je niet meer rond de keukentafel met het hele gezin hoefde te luisteren, maar ook op je eigen slaapkamer of samen met vrienden. Toen er dan ook nog een middengolfradiofrequentie kwam waarop platen werden gedraaid speciaal voor jongeren, nog wel vanaf een piratenboot, kon het

gedeelte gevoel van 'we doen waar we zin in hebben' niet meer kapot. Elvis Presley was op de andere zenders verboden, maar niet op Veronica. Dat voelde als een bevrijding. De *Nacht van Schmelzer* moest nog komen en niemand associeerde Veronica met de platheid waar we het merk nu nog van kennen. Het verhaal is verder bekend. Achtereenvolgende kabinetten treuzelden om in te grijpen en bovendien waren er wel andere en serieuzere maatschappijontwrichtende krachten actief. Het huwelijk van Beatrix en Claus, het optreden tegen de provo's en meer dieptepunten in het openbaar bestuur hadden het gezag ook aarzelend en zelfs angstig gemaakt. Uiteindelijk greep Joop den Uyl in 1974 in.

Auke Kok heeft met veel documentatie en gesprekken een mooi tijdsbeeld opgeroepen. Hij verhaalt van de tijd dat je een reclamespotje niet bij een reclamebureau bestelde, maar gewoon bij de radio zelf. Van Dam-Chips, 'het zakje met de rode ruit', wilde een *commercial* en de programmamakers kopieerden een bestaand muziekje, blèrde er wat doorheen over lekker chips eten en klaar was Kees. Zo merkte ook de fabrikant van dameskousen *Nur Die*. Negentien keer per dag werd de intro gedraaid van het populaire nummer *Mexico* van Bob Moore en Willem van Kooten sprak daar achteraan: 'Let op Nur Die. Nu ook in Nederland. Let op Nur Die. Want dat is het. Nur Die.' Vijf miljoen luisteraars (zoveel waren het er al meteen vanaf het begin) hoorden het en de fabrikant wist niet wat hem overkwam en kon de productie niet aan.

In *Dit was Veronica* wordt duidelijk dat commercieel denken aanvankelijk nog subversief betekende maar uiteindelijk toch ook Pierre Kartner (Vader Abraham) groot wist te maken. Willem van Kooten en Rob Out bepaalden het volkse imago van de zender. *Lex Harding* was even handig en commercieel, maar had nog wel eens het lef om de populaire Vader Abraham recht in zijn gezicht te zeggen dat hij zijn muziek helemaal niets vond. Gelukkig voor Pierre Kartner wordt nu de democratie waar Rob Out het over had in de lucht gehouden door een hele waaier van commerciële zenders.

