

Door Eric van den Berg | Fotografie Ilja Meefout

REPORTAGE

DE VAN

#41 | 2009 | www.recru.nl

BIG BUSINESS. ANTHONY ACOSTA (24) VAN HET BEDRIJF PLAKSNEL BV AAN HET WERK.

GUERRILLA OORLOG DE WILDPLAKKERS

MEESTAL BESTRIJDEN WILDPLAKBEDRIJVEN IN DE GROTE STEDEN ELKAAR DOOR CONTINU OVER POSTERS VAN CONCURRENTEN HEEN TE PLAKKEN. MAAR SOMS WORDT ER ECHT GEWELD GEBRUIKT. 'ALS JE BIJ ONS IN DEN HAAG UITSTAPT MET EEN KNUPPEL MOET JE OOK WAT DOEN MET DIE KUTKNUPPEL, ANDERS KRIJG JE DAT DING GEWOON ZELF IN JE NEK. WELKOM IN DE ANARCHISTISCHE WERELD VAN DE ILLEGALE PLAKKERS WAARIN MILJOENEN OMGAAN.

Anthony Acosta (24) rijdt in een witte Ford Courier door Voorburg. De bedrijfswagen is tot het dak gevuld met honderden posters en twee grote vaten behanglijm. Anthony parkeert zijn bus behendig in een woonwijk naast het Wilhelminaviaduct. Geholpen door een collega loopt hij op een drafje naar de Prins Bernhardlaan met emmers lijm, bezems, en een stapel posters. De twee gaan routineus te werk. Pylon insmeren, postertje plakken, nog een keer oversmeren, klaar. Tien minuten later hangen bijna alle pylonen onder het viaduct vol. Anthony pauzeert even als hij een politieauto opmerkt. Hij en zijn collega gooien snel de bezems achter een pylon, buiten het zicht van de passerende wagens. Als de politiewagen uit zicht is, doopt hij zijn plakbezem weer in de emmer met lijm. Helemaal gerust is hij er niet op. 'Het zijn net kakkerlakken,' zegt hij. 'Straks komen ze weer terug en hebben ze alle straten hier afgezet.' Anthony heeft het niet zo op de politie. 'Weet je waar ik echt niet tegen kan?' zegt Anthony. 'Als ze me aanhouden denken ze: het is maar een plakkertje, maar ik verdien meer dan zij, gek.' Zomaar een werkdag voor Anthony Acosta, wildplakker in dienst van Plaksnel BV, een familie-

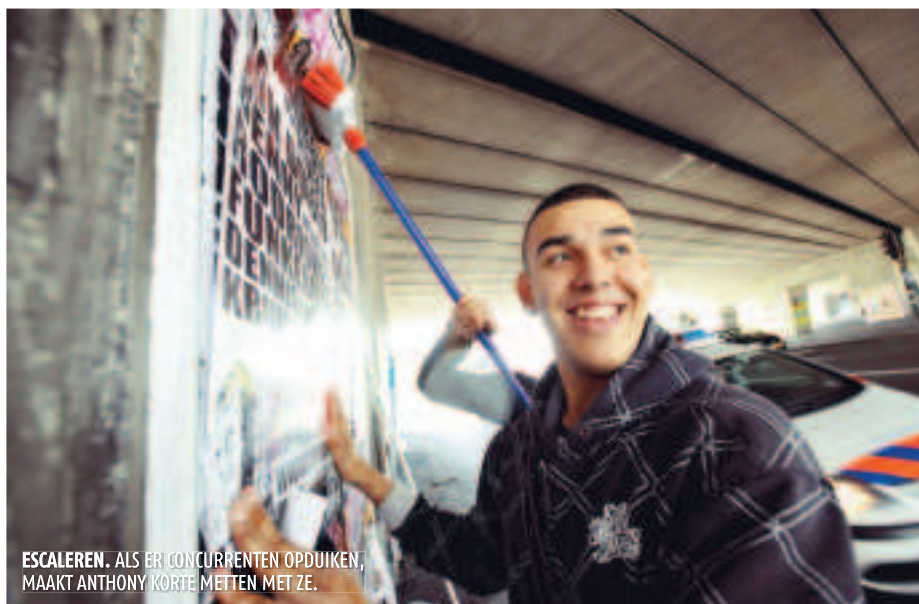
derswijk, zijn jongens van de straat. Wie aan hun broodwinning komt, heeft een probleem. Wie alleen in de buurt komt soms ook. Toen Manuel vorige zomer door zijn thuisstad liep met een vriend en zijn vriendin, passeerden twee Amsterdamse concurrenten hem in een bedrijfswagen. Manuel stak zijn middelvinger op. De concurrenten stapten uit, bewapend met een honkbalknuppel. 'Als je bij ons in Den Haag uitstapt met een knuppel dan moet je ook wat doen met die kutknuppel,' zegt Manuel. 'Anders krijg je dat ding gewoon zelf in je nek.' Zo geschiedde. Manuel en zijn kameraad pakten de knuppel af, gaven de concurrenten een pak ransel, en gingen daarna met de auto aan de slag. 'Voor, achter, alles was kapot. We hadden bijna die motor er uitgetrokken,' lacht Manuel. Het is geen grootspraak. Vorige zomer haalde Plaksnel nog het *NOS Journaal* toen ze gezamenlijk een concurrent aftuigden die posters plakte langs de A10 in het Amsterdamse Bos en Lommer.

75 EURO BOETE

Welkom in de wereld van de wildplak. Een illegale bedrijfstak waar in Nederland jaarlijks miljoenen in omgaan. Een handvol bedrijven staan voor je klaar om voor iets meer dan 1000 euro een stad helemaal vol te hangen. Niet te missen. Per euro



ILLEGAAL. EEN HANDVOL BEDRIJVEN STAAN VOOR JE KLAAR OM VOOR 1000 EURO EEN STAD VOL TE HANGEN.



ESCALEREN. ALS ER CONCURRENTEN OPDUIKEN, MAAKT ANTHONY KORTE METTEN MET ZE.

'Remko kan 24 uur per dag drie auto's laten rijden om je posters weg te plakken. Daar valt niet tegen op te boksen'

bedrijf dat in Den Haag en omstreken jaarlijks een paar ton verdient aan het illegaal plakken van posters. Drijvende kracht achter Plaksnel is Anthony's broer Manuel (28), een jongen die nooit zijn middelbare school afmaakte, maar wel eigenhandig een onderneming met zestien werknemers uit de grond wist te stampen. De Acosta's, Colombianen opgegroeid in de Schil-

is het misschien wel de meest opvallende vorm van reclame. Het goedkoopste legale alternatief, posters hangen in lijstjes van Bizon Mediagroep, kost bijna vijf keer zoveel. Wildplak is weliswaar verboden, maar het is voor de overheid moeilijk om het aan te pakken. Om een wildplakker te bestraffen, moet hij op heterdaad betrapt worden. Als dat al lukt, komt de wildplakker

ervan af met een boete. In veel gemeentes bedraagt die slechts 75 euro per poster, een schijntje voor de meeste wildplakkers. De bedrijven kunnen ook moeilijk als criminele organisaties worden aangemerkt. Er bestaan immers ook legale vormen van wildplak: op zuilen en borden die de gemeente daarvoor in het leven heeft geroepen bijvoorbeeld. Het opruimen van wildplak kost de overheid jaarlijks bakken met geld. Amsterdam was er vorig jaar alleen al ongeveer 2 ton aan kwijt. Toch kunnen bedrijven die zich eraan bezondigen min of meer in de openheid opereren.



De concurrentie tussen die bedrijven is moordend. In de luwte van de wet is een wereldje ontstaan met eigen mores: die van de plakoorlog die veel weg heeft van een guerrillastrijd. Goede plakruimte, op een drukke plek waar de posters niet snel worden verwijderd, is beperkt. Wie een campagne wil ophangen, plakt daarom bijna altijd een andere campagne weg. Zolang bedrijven samenwerken, kan dat goed gaan. Ze maken bijvoorbeeld territoriumafspraken. Als een klant in twee steden wil hangen, zet het bedrijf de posters deels, tegen betaling, weg bij de concurrent. De

posters hangen voor de duur van de campagne, bijvoorbeeld totdat het aangekondigde evenement heeft plaatsgevonden.

Zo'n samenwerking is doorgaans echter geen lang leven beschoren. Conflicten worden uitgevochten door middel van plakoorlogen. Plakkers gaan doelgericht de straat op om elkaars posters weg te plakken. Klanten vinden dat niet leuk en lopen weg. Wie een plakoorlog wil uitzingen, heeft een lange adem en diepe zakken nodig. Plaksnel was vorige zomer voor het laatst in een plakoorlog verwickeld. Inzet van de strijd was toen controle

over de hoofdstad, de grote prijs van de plakwereld. Heel veel grote klanten, reclamebureaus en mediabedrijven van betekenis zijn hier immers gevestigd.

TACHTIG WERKNEMERS

Bij de Amsterdamse plakoorlog van 2008 waren bijna alle grote namen betrokken. Manuels Plaksnel, Reality Outdoor, van de Emmenaar Remko van der Klis (26) en Stick-it-Up, een eenmansbedrijf van Boudewijn de Held (34) dat uitsluitend de Amsterdamse markt bediende en daar een rol van betekenis speelde.

Manuel besteedde een deel van zijn plakwerk uit bij Boudewijn. 'Maar hij deed zijn werk niet goed. Gaf ik hem duizend posters van een klant, plakte hij er honderd en gooide de rest weg. Toen zei ik: 'Laat mij het maar doen hier in Amsterdam.' Manuel besloot hem uit de markt te werken.

Terwijl de twee overhooplagen, zag Remko zijn kans schoon om beide partijen aan te pakken. 'Waar twee honden vechten om een been was het,' zegt Boudewijn. Boudewijn hoopte op hulp van Remko, maar die liet hem ook in niet mis te verstane bewoordingen weten dat hij zijn plakbezem in de wilgen moest hangen.

Boudewijn zat klem tussen twee vuren en besloot het bijtje erbij neer te gooien. 'Je legt het af tegen iemand als Remko. Hij kan 24 uur per dag drie auto's laten rijden om je posters weg te plakken. Daar valt niet tegen op te boksen.'

Volgens bronnen uit het plakwereldje had Remko niet alleen zijn eigen wagenpark tot zijn beschikking, hij zou zich heimelijk gesteund weten door Bizon Mediagroep (zie kader op pagina 37), Een onderneming die haar *roots* in het wildplakken heeft, maar die deze scene allang ontstegen is. Bizon is met tachtig werknemers en een paar dozijn bedrijfswagens vele malen groter dan alle Nederlandse wildplakbedrijven bij elkaar.

Manuel gaf zich desondanks niet zomaar gewonnen. De eerste helft van 2008 stond in het teken van de escalerende plakoorlog in de hoofdstad. 'Ik had zestien man in dienst en acht busjes die alleen maar in Amsterdam reden,' zegt Manuel. 'We sliepen fokking zes uurtjes, in de busjes. Zaten we te posten. Wachten tot er iemand over ons heen plakte. Soms sliepen we helemaal niet. Waren we gewoon twee dagen aan het rammen.'

De kosten liepen flink op. 'Busjes, posters, personeel. Ik schat dat er tussen mij en Remko voor 2 ton is weggegooid in Amsterdam vorig jaar,' zegt Manuel.

Manuel liet speciale posters drukken voor de gelegenheid. Op eentje prijkte een waarschuwing: 'Wie niet horen wil moet voelen.' Geen loos dreigement. Vijandige plakkers die de pech hadden Manuel tegen te komen tijdens de plakoorlog kregen een emmer lijm over hun kop gekieperd of erger. Manuel was de eerste die structureel geweld

gebruikte in de plakscene, zeggen veel plakkers. Manuel ontkent dat niet, maar zegt dat er van beide kanten rake klappen vielen. Manuel zelf wilde vooral Remko onder handen nemen. 'Hij was het hoofddoelwit. Als we hem hadden gepakt, mocht hij mee in de bus naar Den Haag.'

Remko verweerde zich door veel bombarie over de kwestie te maken in de media. Een verdekt opgestelde medewerker van Reality filmde hoe een van Remko's medewerkers werd afgetuigd door Plaksnel-medewerkers. Remko zocht vervolgens

in het plakwereldje heeft gemaakt. Remko, een stugge jongen met een tongval die zijn herkomst uit het noorden des lands verraadde, begon in 2004 als zelfstandige met plakken en is nu, vijf jaar later, bijna monopolist in Nederland. Hoe hij bij Reality kwam te werken is met enig mysterie omkleed (zie kader) maar waarschijnlijk hebben de eigenaren van het bedrijf hem gevraagd voor hen te komen werken nadat hij hen het leven in het noorden van het land lange tijd zuur had gemaakt. Sindsdien is Remko aan een niet te stuiten opmars



AFTROEVEN. IN DE WILDPLAKBUSINESS GEBEURT HET VAAK DAT RAZENDSNEL OVER DE POSTERS VAN DE CONCURRENTIE WORDT HEEN GEPLAKT.



HEIKELE AANPAK. IN PLAATS VAN HET PLAKBEDRIJF WORDT DE OPDRACHTGEVER AANGESCHREVEN MET EEN BOETE.

'Als ik stop komt er weer ruimte voor een ander. Zo gaat dat al bijna een eeuw. Er komt altijd weer iemand anders'

contact met een lokale Amsterdams televisiezender. De politie begon noodgedwongen aandacht te schenken aan de zaak waardoor Remko zich beter beschermd wist. De slechte publiciteit rondom de vechtpartij legde Plaksnel ook geen windeieren.

GEWAPENDE VREDE

Tegen het einde van de zomer van 2008 sloten de twee uiteindelijk een gewapende vrede. Manuel zou zich terugtrekken uit de hoofdstad en zich beperken tot Den Haag, Leiden en omgeving. In ruil daarvoor zou Reality al haar werk in die gebieden uitzetten bij Plaksnel. Plaksnel krijgt inmiddels maandelijks veel handel toegespeeld van haar concurrent. Schijnbaar lucratief, maar op de lange termijn graaft Plaksnel hiermee zijn eigen graf. 'Ze worden nu steeds afhankelijker van Reality,' zegt Daan Kooijman, een Rotterdamse plakker die zelf noodgedwongen zijn illegale werk uitbesteedde aan Reality Outdoor na een plakoorlog deze lente. 'Als Reality op gegeven moment de kraan dichtdraait en over ze heen begint te plakken, kunnen ze zich niet meer verzetten. Zo zal het straks gaan.' De eventuele ondergang van Plaksnel zal het sluitstuk zijn van de bliksemcarrière die Remko

door Nederland bezig. Amsterdam nam hij over in 2008. De laatste Rotterdamse wildplakker drukte hij enkele maanden geleden uit de markt. Groningen veroverde hij al voordat hij bij Reality werkte.

Er zijn in Nederland behalve Plaksnel en Reality geen plakbedrijven van betekenis meer over. 'Remko is gewoon een goede ondernemer,' zegt Boudewijn. 'Hij redeneert, neemt een beslissing en zo gaat het dan zijn en niet anders. Veel vrienden maakt hij zo niet, maar het is een sterke manier van denken.' Remko zelf denkt vooral in termen van eigenbelang. Veel wil hij daarom niet vertellen over zijn verleden. 'Daar win ik niets mee.' Een ding wil hij wel kwijt. 'Ik heb alle plakoorlogen tot nu toe gewonnen.'

EERSTE WILDPLAKKER MILJARDAIR

Een monopoliesituatie is het natuurlijke eindstation voor een markt waarin de grote bedrijven de kleintjes wegdrukken. Remko denkt alweer een stap verder. Hij koestert de droom van een legaal bedrijf. 'Ik ben ondernemer,' zegt Remko. 'Ik ben bijvoorbeeld een bedrijf aan het opzetten voor draadloos internet in hotels. Dit plakken is voor mij alleen het begin geweest.'

Remko treedt daarmee in de voetsporen van

veel andere plakkers die de illegaliteit inmiddels achter zich hebben gelaten. Het grote voorbeeld van alle plakkers: Jean Claude Decaux, de eerste wildplakker van Frankrijk die kort na de oorlog begon met het ophangen van handgeschreven posters voor de groentezaak van zijn ouders. Dat bleek goed te werken. Hij richtte de multinational JCDecaux op en is inmiddels miljardair.


Nederland kent ook een aantal ondernemers die de wildplak als springplank gebruikten: Marcel Nielen bijvoorbeeld, vandaag eigenaar van Media Mountain, een bedrijf dat reclameruimte op skipistes verkoopt. Manuel van Plaksnel beunt ook op grote schaal bij, en wel als concertpromotor. Hij organiseert in Zuid-Amerika tournees voor Puerto Ricaanse artiesten, onder wie Daddy Yankee. Daarnaast rommelt hij wat in onroerend goed. Als Remko ooit de wildplakbusiness achter zich laat, verlaat hij daarmee misschien wel een zinkend schip. De wildplak staat sinds de jaren negentig onder druk. Lokale overheden treden steeds strenger op. Niet alleen wordt het vaker en sneller verwijderd, op veel plaatsen, waaronder Amsterdam, wordt geëxperimenteerd met een nieuwe aanpak: in plaats van het plakbedrijf wordt de opdrachtgever aangeschreven met een boete. Juridisch een heikele aanpak. Bijna alle bedrijven die hun straf aanvechten bij de rechter doen dat met succes. De boetes worden daarom bijna nooit betaald.



‘Maar het schrikt wel lekker af,’ zegt Erwin van der Laan, een van de eigenaren van Bizon Mediagroep en plakker van het eerste uur.

Het effect van de aanpak is zichtbaar in Amsterdam. In stadsdeel Zeeburg dat opdrachtgevers verbaliseert, is de wildplak sindsdien vrijwel verdwenen. In het aanpalende stadsdeel Oost-Watergraafsmeer hangen nog overal posters. ‘Als ze klanten nou aanschreven met het briefhoofd van de gemeente, in plaats van het stadsdeel, was het in heel Amsterdam in één keer afgelopen. Nu gaan ze gewoon een stadsdeeltje verderop zitten,’ zegt Erwin.

Andere overheden experimenteren met schoonmaak binnen 24 uur. Hierdoor wordt het zinloos om posters te plakken. Ook de groei van het legale alternatief dat Bizon biedt, heeft de wildplakmarkt onder druk gezet. Het gevolg: die markt is niet meer wat hij geweest is. ‘Wat er nu in Amsterdam hangt, dat hing ik vroeger in een halve dag op,’ zegt Erwin.

Toch, misschien biedt het verdwijnen van een monopolist als Reality Outdoor op de lange termijn weer kansen aan een nieuw generatie plakkers. Jongens die op straat een inkomen bij elkaar harken, dromend van gouden bergen. Remko denkt in ieder geval van wel. ‘Als ik stop, komt er weer ruimte voor een ander. Zo gaat dat al bijna een eeuw. Er komt altijd weer iemand anders.’ 

Reageren? reactie@revu.nl

De dubieuze praktijken van Bizon Mediagroep

‘JE KAN BIJ BIZON EEN RONDJE LEGAAL ÉN EEN RONDJE ILLEGAAL KOPEN’

Bizon Mediagroep heeft een slimme deal gesloten met tientallen gemeentes in Nederland: in ruil voor het verwijderen van wildplak mag het bedrijf nette lijstjes ophangen die het vervolgens volhangt met reclameposters. Maar terwijl de eigenaren van Bizon de deur platliepen bij menig stadhuis in Nederland om zich te profileren als wildplakbestrijders, verrijkten diezelfde eigenaren zich gelijktijdig met wildplak in diezelfde gemeentes.

Bizon begon als wildplakbedrijf in de jaren negentig. Volgens Erwin van der Laan (42), een van de eigenaren van Bizon, houdt zijn bedrijf zich tegenwoordig echter verre van wildplak. ‘Wij hebben daar helemaal niks mee te maken,’ zegt hij. In de reclamewereld wordt er echter niet getwijfeld aan het feit dat Bizon ook illegale wildplak verzorgt. ‘Je kan bij Bizon een rondje legaal én een rondje illegaal kopen, dat weet iedereen,’ zegt commercieel directeur Bart de Vries van concurrent JCDecaux. ‘Volstrekte nonsens,’ zegt Van der Laan. Volgens hem heeft zijn bedrijf sinds 1996, het jaar dat het voor het eerst een dealtje sloot met een gemeente, ‘geen poster’ meer illegaal geplakt. Frits Wijnands, hoofd milieupolitie van stadsdeel Osdorp in Amsterdam trekt die lezing ook in twijfel. Hij kent de wildplakkers van Bizon nog uit hun beginjaren toen hij ze als jonge milieuagent regelmatig van hun fiets af trok. Volgens Wijnands is 1996 ‘alleen het jaar dat Bizon een dikker rookgordijn is gaan optrekken tussen de wildplak en hun legale tak.’

De partners van Bizon kunnen het onderling ook niet eens worden in welk jaar ze nou gestopt zijn met wildplak: 1996 meent Erwin, 2000, gelooft Hans Moerkerk, 1999 denkt Arie Kempkes. Alle drie zijn voormalig wildplakkers. Arie heeft lange tijd leiding gegeven aan wildplakbedrijf Plakker en Co, zo gaf hij nog in 2002 toe tegenover diverse dagbladen. Plakker en Co, een volle dochteronderneming van Bizon, plakte in datzelfde jaar nog half Emmen onder tijdens een lokale plakoorlog. Arie doet daar verder niet heel ingewikkeld over. ‘We hebben zoveel plakoorlogen gehad, ik weet het niet meer. Het zou kunnen.’ Volgens bronnen uit het plakwereldje heeft Bizon Reality Outdoor een handje geholpen in de hoofdstedelijke plakoorlog van 2008.

Het meest vernietigende bewijs dat Bizon Mediagroep echter nog steeds geld verdient met wildplak is gewoon op te vragen bij de Kamer van Koophandel. Door een slippertje van het administratiekantoor kwam een onwettig document daar per ongeluk terecht: een verslag van de aandeelhoudersvergadering van Reality in 2007. Aanwezig: Remko van der Klis, Arie Kempkes en Hans Moerkerk. Vertegenwoordigende ‘de gehele directie en het gehele geplaatste aandelenkapitaal’, aldus het document dat ze alledrie hebben ondertekend. Arie was vorig jaar nog mede-eigenaar van Bizon. Hans is samen met Erwin de enige overgebleven partner.

Van der Laan ontkent iets te hebben geweten van de nevenactiviteiten van zijn vennoten. Kempkes reageert verbaasd. ‘Is dat document niet vertrouwelijk?’ Hij zegt zich niet te kunnen herinneren ooit bij een aandeelhoudersvergadering aanwezig te zijn geweest en ‘weet niet zeker’ of hij aandeelhouder is in Reality. Moerkerk beweert dat hij alleen aanwezig was om Van der Klis ‘een beetje te coachen’, en hem zo ertoe te bewegen minder te wildplakken. Dat is op zijn zachtst gezegd een vreemde verklaring. Voor een bv van deze omvang is de aandeelhoudersvergadering een formaliteit waarbij alleen directie en aandeelhouders aanwezig zijn. Moerkerk ontkent in ieder geval een belang te hebben in Reality. Dat Reality bij wildplak betrokken is, is boven elke twijfel verheven. Niemand neemt ook maar de moeite dit te ontkennen. Vorig jaar nog vertelde Elwin van der Klis, familie van Remko en medewerker van Reality, hier uitgebreid over op onder andere de lokale Amsterdamse televisiezender AT5.

Bizon is als de dood om aan het wildplakken verbonden te worden: de lucratieve legale business zou onder druk kunnen komen te staan als gemeentes lucht krijgen van de dubbele pet die de eigenaren van het bedrijf op hebben. Een Amsterdammer die in 2002 op zijn website wildplak.com soortgelijke beschuldigingen uitte werd meteen gedreigd met een rechtszaak. Bizon zag daar toen echter op het laatste moment van af.