

Internationale succesformule

Van 4 t/m 10 februari vindt de International Vendor Week plaats: een wereldwijde actieweek om straatkrantverkopers onder de aandacht te brengen. Ter gelegenheid daarvan zetten we wat feiten en cijfers op een rijtje.

TEKST JESSICA HOOGENBOOM · FOTOGRAFIE INSP

Regelmatig zijn Z!-kopers verbaasd als ze horen dat er in Nederland meerdere straatkranten zijn. In de regio Utrecht vindt u SN (*Utrechts Straatnieuws*), in Haarlem het *Straatjournaal*, in en rondom Den Haag wordt *Haags Straatnieuws* verkocht, en als u naar de noordelijke provincies afreist komt u *De Riepe* tegen. Typisch Nederlands, die 'verzuiling'? Nee hoor, want in Duitsland zijn er meer dan vijftientig verschillende daklozentitels. Aan de andere kant, in Frankrijk (*Macadam*), Italië (*Terre Di Mezzo*) en Denemarken (*Hus Forbi*) circuleert maar één straatkrant. Ook in Groot-Brittannië kennen ze maar één titel, *The Big Issue*, maar die heeft regionale edities, zoals *The*

Big Issue Wales en *The Big Issue Scotland*. In Australië bestaat slechts één variant van diezelfde *Big Issue*, terwijl het continent Afrika het Britse voorbeeld volgt met verschillende *Big Issue*-edities in o.a. Malawi, Kenia en Zuid-Afrika. In Zuid-Amerika ziet het plaatje er weer heel anders uit, met negen zelfstandige titels in vier landen: *Aurora da Rua*, *Boca de Rua* en *Ocas* in Brazilië, *La Luciernaga*, *Hecho* en *Buenos Aires* en *Al Margen* in Argentinië, *La Callejera* in Uruguay en *La Calle* in Colombia. In Azië is nog een wereld te winnen want daar zijn er slechts vier titels: wederom een lokale uitgave van *The Big Issue* in Zuid-Korea, Taiwan en Japan, en *The*

Jeepney in de Filipijnen. Al deze verschillende straatkranten zijn verenigd in het *International Network of Street Papers* (INSP), dat sinds 1994 een vinger aan de pols houdt met betrekking tot de 122 aangesloten straatkranten in 24 talen met 28.000 verkopers in meer dan 600 steden in 40 landen met een totale jaaroplage van zo'n 27 miljoen exemplaren. De leden – waaronder Z! – voldoen aan een aantal voorwaarden en betalen contributie in ruil voor ondersteuning en persmateriaal.

Niet alleen varieert het aantal straatkranten per land, ook de aanpak is zeer divers. Er zijn glimmende, door bekende journalisten gemaakte glossy's vol celebritynieuws, serieuze zwart-witkranten gevuld met zware opiniestukken van studenten en intellectuelen en er circuleren smoezelige blaadjes die worden volgepend door lokale dakloze dichters. Sommige projecten zijn enkel en alleen straatkrant, terwijl andere organisaties – naast een redactie- en verkooppunt – ook daklozenhostels, soepbussen en onderwijsprojecten

voor daklozen beheren. In West-Europa worden de kranten vooral verkocht door dak- en thuislozen, terwijl in Azië, Afrika en (Zuid-)Amerika ook werklozen mét onderdak – meest door gebrek aan sociale overheidsvoorzieningen – deel uitmaken van het verkopersbestand. Ook wat de verkoopplekken betreft zijn er verschillen. Terwijl verkopers in West-Europa vooral voor supermarkten en warenhuizen hun waar aan de man brengen, staan straatventers in Azië, Afrika en Zuid-Amerika vaak bij bioscopen, markten, stoplichten en bushaltes,

omdat daar de meeste passanten voorbijtrekken. De wereldwijde straatkrantbeweging begon met een daklozenkrant in Amerika. Tijdens een bezoek aan New York in 1991 raakte de Engelsman Gordon Roddick gefascineerd door daklozen die op straat de krant *Street News* verkochten. Nog datzelfde jaar lanceerde hij, samen met zijn vrouw Anita Roddick (oprichtster van het idealistische beautyconcern The Body Shop) en journalist John Bird, *The Big Issue* in Londen. Het was een doorslaand succes. Andere Europese steden volgden snel; in Nederland

rolde de eerste daklozenkrant in 1994 in Utrecht van de persen, een jaar later gevolgd door het Amsterdamse blad Z! en *Haags Straatnieuws*. Weer een jaar later zag de eerste editie van *Straatjournaal* het licht. Het straatkrantmotto – 'help daklozen zichzelf te helpen' – bleek een internationale succesformule: het fenomeen verspreidde zich vanuit West-Europa als een olievlek over de rest van de wereld: van Uruguay tot Australië en van Malawi tot Japan; elk zichzelf respecterend land heeft vandaag de dag een straatkrant voor zijn onbehuisden.

INSP: Feiten & cijfers*

- Aantal aangesloten straatkranten: 122
- Aantal landen: 40
- Aantal steden waar verkocht wordt: 600+
- Wereldwijde circulatie per jaar: 27 miljoen
- Totaal aantal verkopers per jaar: 28.000
- Aantal verkopers dagelijks op straat: 14.000
- Gemiddeld aantal vrouwelijke verkopers: 23%
- Totaalbedrag dat jaarlijks wordt verdiend door verkopers wereldwijd: 31 miljoen euro



* Deze informatie betreft de straatkranten die zijn aangesloten bij International Network of Street Papers (INSP).