

Nu het nieuwtje eraf is

Straatkranten in de problemen

Ruim tien jaar geleden werd het straatbeeld in de grote steden in heel Europa opgeluisterd met een nieuw fenomeen: daklozen die straatkranten verkochten. De verkoopcijfers rezen de pan uit. Maar de tijden zijn veranderd. De oplagen daalden en straatkranten moesten personeel ontslaan. Lia van Doorn ging op onderzoek in Parijs en Utrecht.

LIA VAN DOORN

Het begon met de Londense *Big Issue* in 1991, twee jaar later gevolgd door *Le Macadam Journal* in Parijs. Een jaar daarna rolde in Utrecht *Straatnieuws* van de persen. De oplagen bereikten recordhoogtes. Het aanvankelijke succes van de straatkranten was vooral te danken aan het onalledaagse concept: daklozen kopen een stapeltje kranten bij het distributiecentrum voor 85 eurocent per stuk (in het geval van *Straatnieuws*) en verkopen de krant voor 1,60 euro. Met de winst kunnen ze een nieuwe voorraad kranten inslaan en zo stapsgewijs hun opbrengst vergroten. Ze bepalen zelf hoeveel kranten ze verkopen, op welke tijdstippen ze werken en hoe vaak. Een uitkomst voor mensen die vanwege alcohol- en drugsgebruik of psychische problemen niet te veel uren achter elkaar kunnen werken. Bovendien sluit het concept van de krantenverkoop naadloos aan bij mensen die bij de dag leven en vaak moeite hebben om de vervulling van hun behoeften

uit te stellen. Ze kunnen ook hun *streetwise*-vaardigheden inzetten: 'regelen en ritselen' en zaken lospraten met een 'goed verhaal'. Mooi meegenomen is dat de kranten het publiek beter informeren over dakloosheid en dat daklozen hun eigen imago verbeteren doordat ze laten zien dat ze bereid zijn om te werken.

Overigens lang niet alle daklozen zijn *in staat* om straatkranten te verkopen. De meesten slagen er niet in om de gedragsregels na te leven (zoals niet onder invloed verkeren tijdens het verkopen) en om hun straathandeltje te organiseren. De succesvolle krantenverkopers zijn degenen uit de 'bovenlaag' van het daklozencircuit: degenen zonder zware verslaving of psychiatrische problematiek. En die zijn schaars.

Le Macadam Journal

Nadat *Le Macadam Journal* in 1993 in Parijs een hype was geworden,

volgden er snel meer. Twee jaar later waren er in Parijs al meer dan vijftien verschillende straatkranten verkrijgbaar. Ruim tien jaar later zijn bijna al die kranten weer ter ziele gegaan. In Parijs bestaan er nog maar twee, waarvan *Le Macadam* er eenje is, en die leiden een kwijnend bestaan. 'All is going down', zegt Raymond Mary, de beheerder van het distributiekantoor van *Le Macadam* in een achterafsteegje bij Place de la Republique. Raymond – in de vijftig, met baard, lang haar in een staart en met uitbundige tatoeages – heeft zich in de organisatie van *Le Macadam* opgewerkt van krantenverkoper tot betaald medewerker van het distributiecentrum, en is columnist van het blad. Hij vertelt met weemoed over de begintijd, toen *Le Macadam* uitgroeide tot de grootste straatkrant van Frankrijk. In de hoogtijdagen gingen er elke maand een miljoen kranten over de

hij naar de daklozen zelf: 'Die moeten langer werken nu het nieuwtje er bij het grote publiek af is en er minder behoefte is aan straatkranten. Bedelen kost dan minder inspanning. Daklozen kunnen in dat geval al het geld houden en ze hoeven ook niet steeds naar het distributiekantoor om nieuwe kranten te halen.'

Veel verkopers haakten af, en Oost-Europeanen sprongen in het gat. Die waren weliswaar niet allemaal feitelijk dakloos, maar ze wilden wel graag kranten verkopen. En omdat de meesten weinig problemen hadden met alcohol of drugs, ontpopten ze zich tot succesvolle verkopers die meer uren maakten en hogere omzetten draaiden. De straatkranten die met Oost-Europese verkopers in zee gingen, zagen hun omzet weer enigszins stijgen. Enkele, zoals *L'Itérnerant*, gingen nog een stap verder en zetten pendelbusjes in om

Er waren wildwesttaferelen waarbij baliemedewerkers of krantenkopers een greep in de kas deden

toonbank. Dat is nu teruggelopen naar tien- à vijftienduizend per maand. En terwijl er in de glorie-dagen in Parijs circa duizend verkopers waren, zijn er nu nog hooguit twintig overgebleven.

Het is stil in het distributiekantoor. Op de ochtend van mijn bezoek komen er maar twee verkopers binnenlopen die ieder een klein stapeltje kranten meenemen. De krantenvoorraad raakt niet op en de organisatie zakt steeds dieper weg in de financiële problemen. Raymond telt de dagen af: op een dag zal het kantoor moeten sluiten. 'We are at the end of our way.'

Raymond ziet vier oorzaken voor de neergang. In de eerste plaats wijst

Oost-Europeanen op te halen in de *banlieus*. Even leek dit een mooie oplossing. Maar het publiek bleek toch niet gecharmeerd van de nieuwe krantenverkopers. Ze pasten niet in het gekoesterde beeld van de clochard: de oudere Fransman met verwilderde baard en een fles wijn binnen handbereik. Anders dan zulke 'undeserving poor' werden de nieuwe verkopers, met hun mediterrane uiterlijk of zwarte huidskleur, eerder gezien als profiteurs of als illegalen die niet in Parijs thuishoorden. *Le Macadam* heeft altijd geweigerd om zijn kranten door Oost-Europeanen te laten distribueren, zegt Raymond. De kranten die dat wel deden, hebben volgens hem

de markt verpest. Het imago van de straatkrantenorganisaties liep ook deuken op toen de media – vermoedelijke schromelijk overdreven – berichtten dat sommige krantenverkopers wel erg hoge inkomsten vergaarden, belastingvrij en boven op hun werkloosheidsuitkering. Ten tweede gingen veel Franse straatkranten volgens Raymond ten onder omdat ze hun zaken organisatorisch en financieel niet op orde hadden. De enthousiaste initiatiefnemers waren geen ervaren uitgevers en misten zakelijk inzicht. Sommige Parijse straatkranten verschenen onregelmatig of gingen al na een paar edities op de fles. Enkele straatkranten gaven uit idealisme en bij stijgende omzetcijfers hun vaste verkopers een vaste aanstelling en salaris. Ze kwamen in

kopers konden het niet lezen, maar werden wel door verontwaardigde kopers aangesproken op de propaganda voor een strenger antivreedelingen- en uitzettingsbeleid (waar ze zelf ook ongetwijfeld het slachtoffer van zouden worden). Na rechtszaken van Joodse en Arabische organisaties werden de personen van *L'Réverbère* op last van de rechter stilgezet. *Le Macadam* moest zich eveneens verantwoorden toen er mensen bleken rond te lopen met rechts-extremistische sympathieën, die ook hun stempel probeerden te drukken op de inhoud van de krant. Er werd schoon schip gemaakt en de krant ging verder onder een nieuwe naam: *Le Nouveau Macadam*. Maar ook straatkranten die waren opgezet door linkse activisten ver-

de straatkranten. Voor veel kopers is het een moderne aflat geworden. Ze kopen hem en gooien hem ongelezen in de prullenmand. Of vaak geven ze geld zonder een krant te willen.

Straatnieuws

Ook in Nederland is de euforie van de beginjaren voorbij. Hoofdredacteur Frank Dries van het Utrechtse *Straatnieuws* kent nog de succesverhalen en de turbulentie van destijds. De telefoon stond roodgloeiend. De landelijke pers liep de deur plat voor interviews en reportages. *Straatnieuws* was hot. Het was begonnen met een bezoek van medewerkers van de Utrechtse dagopvang aan de Britse straatkrant *Big Issue*. In 1994 startten ze met *Straatnieuws*, de eerste Nederlandse daklozenkrant. Andere steden volgden: Amsterdam met *Z Magazine*, Rotterdam met *Straatmagazine* en Groningen met *De Riepe*. Ze maakten een vliegende start. *Z Magazine* had amper tweeënehalf jaar na oprichting de oplage verdrievoudigd en was als eerste aan het miljoenste exemplaar toe.

Straatnieuws houdt nu met moeite het hoofd boven water. Sinds de verkoopcijfers zijn teruggelopen van 35.000 in 1997 naar 25.000 in 2006, is de opbrengst nauwelijks voldoende om de exploitatiekosten te dekken. Er wordt op alles bezuinigd: de rokerige vervelozes distributieruimte heeft lang geen opknapbeurt meer gehad. De prijs van de krant verhogen is geen optie, want dan lopen de verkoopcijfers nog verder terug. En de winstmarge van de daklozen verlagen is al helemaal geen overweging. Dit jaar was *Straatnieuws* – dat tot nu toe zichzelf bedroop – zelfs genooddaakt om bij de gemeente aan te kloppen voor financiële steun. De straatkranten in de andere steden staan er al niet beter voor.

In het distributiekantoor hangt een landerige sfeer. Om half elf 's morgens zijn er vijf verkopers binnen.

Oost-Europese verkopers hebben vaak de plaats van daklozen ingenomen

de problemen toen de verkoop terugliep. De kranten waren ook organisatorisch kwetsbaar door het (vrijwilligers)werk van daklozen. Raymond vertelt dat het er bij *Le Macadam* in het verleden vaak ruig aan toe ging in het distributiecentrum. Met wildwesttaferelen waarbij baliemedewerkers of krantenkopers een greep in de kas deden, er met stapels kranten vandoor gingen die ze op de illegale markt verhandelden. Computers en printers verdwenen geregeld uit het kantoor.

Rechtse propaganda

De inhoud van veel Parijse straatkranten deed de verkoop ook geen goed – de derde reden voor de malaise. Zo ging *L'Réverbère* ten onder omdat de eigenaar, een voormalig dakloze, zijn rechts-extremistische sympathieën in de straatkrant ventileerde. De Oost-Europaanse ver-

vreemdden lezers van zich. Hun loodzware aanklachten tegen armoede en uitsluiting bezorgden kopers na lezing een schuldgevoel en ontmoedigden de verkoop.

Ten vierde en tot slot liep de verkoop terug door de afname van het aantal officiële verkooppunten waar krantenverkopers mogen staan. In de begintijd vonden veel middenstanders en ordehandhavers het wel ludiek om een paar verkopers in hun winkelcentrum of op het station te hebben. Later, toen het nieuwtje eraf was, werden veel verkopersvergunningen weer ingetrokken. Ook vanwege irritatie over wangedrag van sommige krantenverkopers.

Straatkrantverkopers zijn nu op veel plekken in de stad niet meer welkom.

Al met al lijkt het publiek steeds minder geboeid door de inhoud van

Ze hebben nieuwe kranten ingekocht maar dralen nog wat. Het regent de hele ochtend al, en dan gaan de zaken minder goed. Bovendien loopt het tegen het einde van de maand en dan zakt het animo sowieso omdat de krant al lang niet nieuw meer is, en veel mensen hem al hebben.

De gestaag dalende verkoopcijfers in Utrecht worden een beetje geremd doordat initiatiefrijke krantenverkopers zijn neergestreken in omliggende dorpen als Austerlitz, Woudenberg of Amerongen. Straatkrantverkopers zijn daar nog een noviteit, en nieuwsgierige dorpelingen willen nog wel eens een krant kopen. Totdat ook daar de verzadiging toeslaat.

In Utrecht vallen intussen verkooppunten af. Zo is het postkantoor op het Neude verboden terrein voor straatkrantverkopers sinds enkelen er een openluchtsoos van maakten, bij de ingang rondhingen, bier dronken, lawaai maakten en passanten lastigvielen.

Net als in Parijs wil het publiek de krantenkopers incidenteel nog wel steunen, maar wordt de krant nauwelijks meer gelezen. Verkopers krijgen vaak het geld in hun handen gedrukt met de opmerking: 'Verkoop die krant maar aan een ander.' Zo blijft *Straatnieuws* met de voorraad zitten.

Net als de Parijse straatkranten heeft *Straatnieuws* de afgelopen jaren ook een nieuwe lichting krantenverkopers gekregen uit Oost-Europa. Ook *Straatnieuws* heeft ervaren dat het goede verkopers zijn. Maar dat het ook lastig is om mensen die enkel Pools of Tsjechisch spreken te instrueren over de gedragsregels. Aan tafel zitten twee Poolse jongens van begin twintig, met bomberjacks en baseballpetjes. Marek en Jakub verkopen sinds een jaar straatkranten in Utrecht. Soms, zoals vandaag als het de hele dag regent, staan ze vier of vijf uur en verkopen ze er maar twintig. Marek, die gebroken Engels spreekt, vertelt

dat hij niet meer terug kan naar Polen. Hij heeft een strafblad, en er wacht hem een gevangenisstraf. Liever dan kranten verkopen, zouden ze in de bouw willen werken, als timmerman of stukadoor. Maar ze slagen er niet in om werk te vinden. Ze draaien een joint en gaan weer naar hun verkoopplek.

bei ook dat dat niet eenvoudig zal zijn en risico's heeft. Dries: 'Met een nieuwe formule dreigen we ook de vaste kopers van ons te vervreemden.' Kostenverlaging door samenwerking met andere kranten lijkt noch in Nederland noch in Frankrijk een optie. De gehechtheid aan de eigen identiteit is groot.

Verkopers krijgen vaak het geld in hun handen gedrukt met de opmerking: 'Verkoop die krant maar aan een ander'

Bij *Straatnieuws* komen kopers ook wel eens vragen of de verkopers wel echte daklozen zijn. Behalve bij de Oost-Europeanen worden er ook vaak vraagtekens geplaatst bij ex-dakloze verkopers, die inmiddels een eigen woning hebben. Bij gebrek aan andere bezigheden, en omdat ze extra inkomsten kunnen gebruiken, blijven voormalige daklozen vaak straatkranten verkopen. *Straatnieuws* vindt dat geen probleem: 'Meestal houden ex-daklozen na een tijdje vanzelf op met kranten verkopen.' De achterdocht bij het publiek werd ook aangewakkerd toen enkele jaren geleden Roemeense oplichters een nepdaklozenkrant op de markt brachten in Nederland, België en Frankrijk. Hoewel die krant al lang is verdwenen, duiken er af en toe andere nepstraatkranten op.

Redden

Wat moet er gebeuren om de straatkranten te redden? Zowel hoofdredacteur Frank Dries als zijn Franse collega Raymond Mary zien de oplossing in het upgraden van de inhoud van hun kranten: interessantere artikelen en een andere formule. Raymond wil proberen journalisten te verleiden gratis voor de krant te werken. Maar ze zien alle-

Het is maar de vraag of het concept van krantenverkoop op de langere termijn kan overleven. Nu het nieuwtje er definitief af is, zal de verkoop alleen maar verder teruglopen. Misschien zijn er radicalere oplossingen nodig. De kranten hebben een paar ijzersterke peilers ontwikkeld waar hun project op steunt: ~~werk voor daklozen op basis van~~ stukgoedloon, met flexibele werktijden en inzet van hun straatvaardigheden. Aan kranten lijkt het publiek weinig behoefte meer te hebben. Maar wie weet geldt dat niet voor een servicepunt in de stad waar daklozen tegen betaling fietsbanden plakken, een achterlicht repareren of auto's wassen.

Lia van Doorn werkt bij het NIZW en is redacteur van TSS.

Literatuur

- Damon, Julian, *La Question de SDF. Critique d'une action publique*. Le Lien Social. Paris: Presses Universitaires de France, 2002
- Kampen, Joke van, *Van de straat. Het wonderbaarlijke avontuur van daklozenkrant Z*. Amsterdam: Podium, 1997
- Kramer, Sander, *SOS Rotterdam. Bizarre woorden en daden uit de Maasstad*. Den Haag: BZZTôH, 2005