

# STRAATNIEUWS ONLINE

## Een terugblik over 2022

Straatnieuws is al 30 jaar niet weg te denken uit Utrecht. We zorgen als (online)uitgever voor bewustwording rondom dak- en thuisloosheid en helpen dak- en thuislozen op weg met het verwerven van zelfstandigheid, het genereren van extra inkomen en het opbouwen van een sociaal netwerk.

Met behulp van de bijdragen van de Gemeente en partners hebben we in 2021 een doorstart kunnen maken van een fysieke krant naar een digitaal platform dat, na een aanloop van een half jaar, in december 2021 live is gegaan. De Utrechtse online straatkrant heeft bewezen levensvatbaar en vernieuwend te zijn als medium. Daarnaast zijn er mogelijkheden ontstaan die papier ons niet bood. Hierin zijn we de afgelopen 2 jaar dan ook enorm gegroeid.

Het jaar 2022 stond in het teken van het creëren van verdere levensvatbaarheid. We hebben naast het uitgeven van de krant en het ontwikkelen van onze verkopers-gemeenschap, hard gewerkt aan onze naamsbekendheid en bereik.

Door het aantrekken van een business development manager hebben we kunnen experimenteren met nieuwe vormen van inkomsten. We zijn er trots op meerdere vormen gevonden te hebben die kansen bieden voor de toekomst. De stip op de horizon is nog steeds Straatnieuws als sociale onderneming die nog meer impact maakt, op eigen benen staat en nieuwe producten en producties ontwikkelt.

Dit alles had niet gekund zonder de bijdragen van de Gemeente, onze partners in de stad (Lister, de Tussenvoorziening, Leger des Heils Emmaus en Wij 3.0), Centrum Management Utrecht & de PGU. Daarnaast biedt Alea Publishing nog steeds kosteloos het platform aan waarop we de krant elke 3 weken creëren en publiceren en draait ons Marketing Automation systeem kosteloos door een bijdrage van Go Public.

## Een beknopt overzicht van de resultaten in 2022

### Verkopers

We zijn gegroeid in het aantal verkopers dat Straatnieuws verkoopt door op verschillende plekken in de stad aanwezig te zijn (Wij 3.0, Herstart, Sleep Inn, Stichting Goud, Opvang Wittevrouwen, Uit de Blauwe Hemel, De Boerderij).

Dat heeft geresulteerd in 52 actieve verkopers (ten opzichte van 35 vorig jaar). Onze verkopers bestaan uit een diverse groep mensen: niet-rechthebbenden, ongedocumenteerden, arbeidsmigranten zonder dak boven hun hoofd en/of baan, maar ook ex-daklozen die hun draai in Utrecht aan het vinden zijn maar nog steeds een dagbesteding nodig hebben.

We hebben wekelijks contact met hen. Dat zijn de momenten waarop we hun vertrouwen nog meer winnen om hen steeds meer te betrekken bij de krant. We tekenen hun verhalen op of moedigen ze aan en helpen ze zelf copy te maken, zoals gedichten (dichtclub Klinker), verhalen, fotografie (bijvoorbeeld op pad met professioneel fotograaf) en theater

(samenwerking STUT). Komend jaar willen we verkopers koppelen aan kunstenaars. Verder zijn we actief aanwezig in de Utrechtse dagopvang Herstart.

### Verkochte kranten

Dit heeft geresulteerd in 10.847 verkochte kranten. In 2021 hebben we in totaal 8.463 kranten verkocht. De groei is 25% ten opzichte van 2021.

### Bereik en naamsbekendheid

We hebben ons bereik en naamsbekendheid vergroot en we bouwen aan een community van partners die betrokken zijn op het onderwerp. Dat doen we via het zoeken van samenwerkingen met lokale kranten en mediapartners (de Oostkrant, Dreef nieuws, Leidse Rijn magazine, Zo is Zuilen, Zuidwester, Mens en Wijk, PUP platform, Binnenstad krant, DUIC, AD, De NUK, RTV Utrecht), content van partners in de stad (de Tussenvoorziening, WIJ 3.0, Leger des Heils, Lister), de samenwerking met STUT in het kader van Utrecht 900 en het optuigen van onze eigen social media kanalen.



De grootste exposure behaalden we met het winnen van de pitch tijdens de Uit-je-Dakloos week in oktober. Met 'Slapen in een fietsenhok' vroegen we op een schurende manier aandacht voor het toenemende aantal buitenslapers. Met deze actie haalden wij in korte tijd meermalen het nieuws: paginagroot in DUIC en het AD en daarnaast bij RTV Utrecht en Radio Einstein. Momenteel ontwikkelen we de campagne die begin februari 2023 gepresenteerd zal worden bij Awesome Utrecht.

### Utrecht 900 jaar en de samenwerking met STUT Theater

Ter ere van de viering van 900 jaar Utrecht maakte Stut Theater in samenwerking met het Straatnieuws een voorstelling met en over (ex) dak- en thuisloze mensen. Het thema van die viering: stad zonder muren, waar de deuren altijd open staan. Hoe ervaren dak- en thuislozen in dit opzicht de stad Utrecht?

De samenwerking met STUT heeft gezorgd voor veel publiciteit en een enorme bewustwording rond het thema dak- en thuisloosheid en laat de diversiteit van de verschillende mensen en hun verhalen zien. We hadden van tevoren niet kunnen bedenken dat de impact zo groot zou zijn. Straatnieuws publiceerde vier promotionele Muurkranten die door heel Utrecht geplakt werden.

Straatnieuws kon in deze samenwerking heel mooi als intermediair fungeren tussen een theatergroep en een moeilijk bereikbare doelgroep. Het heeft ons ook nieuwe opdrachten en ideeën opgeleverd, waardoor we als organisatie ons ook bewuster werden van het eigen potentieel. Alle voorstellingen waren uitverkocht.

**STRAATNIEUWS MUURKRANT**

**STRAATSLIM**  
Wim: 'Voor mij is Straatslim dat je de mooie dingen die de straat je biedt, kan zien en gebruiken. En dat zijn kleine dingen, dus opletten.' Wim speelt bij STUT zichzelf, dus vindt hij dat het geen acteren is wat hij doet. 'Die rol, dat ben ik.' Het toneel bevalt hem wel. 'Het geeft een beetje macht. Nu moeten de mensen wel naar me luisteren. Want het ergste is genegeerd te worden.'  
[www.stut.nl](http://www.stut.nl)

**ECHT GEINTERESSEERD OF KOMEN ZE AAPIES KIJKEN? - WIM**

**DE OORLOG DOET PIJN IN HOOFD EN HART**  
De oorlog in Oekraïne slaakt straatsnieuwerker Nico hard. Zelf komt hij uit Oekraïne, met als Oekraïne een voormalige Sovjetrepubliek. Het verschrikkelijke contrast tussen die vreedzaamheid die hij onlangs heeft ervaren en de oorlog nu kan hij maar moeilijk verknippen. Het brengt heel veel tegengestelde herinneringen bij hem boven.

**MEER LEZEN OVER WIM & NICO? KOOP DAN STRAATNIEUWS ONLINE! SCAN DE QR-CODE**

**MUURKRANT**

MEER NIEUWS BEKIJKT DOOR

Aan de slag als postbode of werken in een Straatnieuws kantoor? Meer info op [www.stut.nl](http://www.stut.nl) of via [info@stut.nl](mailto:info@stut.nl)

### Experimenteren met nieuwe inkomstenstromen

Het afgelopen jaar hebben we geëxperimenteerd met het opzetten van betaalde opdrachten vanuit de 'core' business en expertise' van Straatnieuws (redactioneel werk, schrijven, fotografie & vormgeving). Zo hebben we voor de Green Business Club Utrecht Centraal een foto opdracht gedaan voor de Nacht van de Nacht, hebben we een dichtworkshop gegeven met Klinker en op verschillende plaatsen gedichten voorgedragen, hebben we de programmakrant gemaakt voor de FUIF van de ADSU gemaakt en hebben we een event krant gemaakt voor het Ministerie van VWS ter ondersteuning van de plannen voor de Landelijke Aanpak Dakloosheid.

### (Business-) Vrienden van Straatnieuws

De bekendheid van Straatnieuws was door de transitie naar een digitale editie tijdens de pandemie echt weggezaakt. Eind december hebben we een nieuwe vriendencampagne gelanceerd, wat tot aan 31 december 45 vrienden heeft opgeleverd. Ook zijn er gesprekken met een groep van 20 ondernemers hoe we Straatnieuws meer bij ondernemers op het netvlies kunnen krijgen en houden (Business Vrienden).

### Straatnieuws Xperience

In november zijn we ook begonnen met de Straatnieuws Xperience. De bedoeling is om ambassadeurs te creëren die begaan zijn, maar nog niet direct betrokken, en na de Xperience 'onze verhalen' vertellen en ons zo ook introduceren in nieuwe netwerken. Wanneer je de Xperience aangaat ontvang je een rondleiding van Utrecht Underground, bezoek je een opvang en ervaar je zelf wat het is om Straatnieuws te verkopen. Daarmee zien we vooral bij een jongere doelgroep potentieel die voornamelijk via social media deelt en waardoor Straatnieuws als digitaal platform ook meer bekendheid en bereik genereert.

### Team en organisatie

Na de doorstart van Straatnieuws hebben we een andere organisatie neergezet die een goede basis heeft gelegd voor de toekomst. We werken met een klein team van betaalde krachten (0,2 FTE business development manager, 0,25 FTE verkopers/community manager en 0,5 FTE hoofdredacteur).

Het aanstellen van een business development manager (Wilbert van Dam) maakte snel duidelijk dat we met een breder en meer divers team nieuwe mogelijkheden kunnen aanboren. Er zijn veel kansen om te groeien en zo de impact voor de verkopers te vergroten en de kwaliteit van Straatnieuws te verbeteren.

### Bestuur

Het afgelopen jaar hebben er een aantal bestuurswisselingen plaatsgevonden. Er staat nu een stevig bestuur met de juiste competenties en expertise om Straatnieuws naar het volgende niveau te brengen.

Tony van der Hulst hebben we aangetrokken als penningmeester. Hij brengt een stevige dosis ondernemerschap, innovatiekracht en financiële kennis met zich mee.

Erlijn Mulder is aangetreden als secretaris. Erlijn werkt als strateeg voor de Gemeente Utrecht en heeft een achtergrond in communicatie. Daarnaast heeft zij een groot netwerk in de culturele en literaire wereld in Utrecht.

Niki Schipper is onze nieuwe voorzitter. Met haar jarenlange betrokkenheid, expertise en netwerk in het veld, borgt zij de aanwezige kennis en ervaring.

Helaas hebben we dit jaar afscheid moeten nemen van Peter Smit. Hij is in november overleden aan de gevolgen van ALS. We zijn Peter ontzettend dankbaar voor zijn jarenlange inzet en betrokkenheid bij Straatnieuws.

### **Vooruitblik 2023**

Komend jaar zal in het teken staan van een verdere groei en versterking, zowel zakelijk als redactioneel, zodat we Straatnieuws als platform verder kunnen uitbouwen. Wij kijken er naar uit en hebben er zin in!