

## Algemeen

### Wat is Spot On Stories?

Een non-profit organisatie, opgericht in 2018, waarin gedreven zelfstandig onderzoeksjournalisten op een redactie in Den Bosch samenwerken. Onze stichting brengt onafhankelijke diepgravende journalistiek in Noord-Brabant en omliggende regio's, verpakt in toegankelijke en vernieuwende vertelvormen. We werken samen met alle soorten media, maar ook met lokale journalisten, geïnformeerde burgers of kunstenaars. We werken zo effectief mogelijk; er is geen directie of kostbaar kantoorpand - de flexplekken in cultuurcentrum W2 zijn onze uitvalsbasis. Diepgravend journalistiek onderzoek is echter kostbaar. Daarom zijn wij voor een belangrijk deel afhankelijk van donaties en giften.

Onze huidige dossiers:

- ongelijkheid in de samenleving;
- verduurzaming van het voedselsysteem;
- jeugdcriminaliteit;
- bestuur en leiderschap;
- geloof en de katholieke kerk.

### Wat is het belang van Spot On Stories?

Er wordt in Nederland en in Noord-Brabant veel goede en belangrijke journalistiek bedreven. Toch kan er ook nog veel beter. In 2020 [constateerde de Raad voor het Openbaar Bestuur](#) nog dat lokale en regionale media essentieel zijn voor de samenleving en democratie, maar dat zij hun 'essentiële functies' niet meer goed kunnen uitvoeren. Uit verschillende [recente onderzoeken](#) is bovendien gebleken dat onderzoeksjournalistiek op lokaal en regionaal niveau beperkt tot niet aanwezig is. Belangrijke oorzaak daarvan is de decimering van redactiebudgetten door fors teruggelopen advertentie-inkomsten en [jaren van vergaande bezuinigingen](#) op publieke regionale en lokale omroepen.

In Noord-Brabant is die ontwikkeling ook duidelijk te zien. Brabantse media hebben de laatste jaren allemaal gekozen voor een focus op vluchtig dagelijks nieuws en agendajournalistiek. De rol die ze daarmee vervullen als regionale nieuwsvoorziening is nog altijd belangrijk. Maar wij constateren ook dat hierdoor in een provincie van 2,5 miljoen inwoners - en aangrenzende regio's die vaak ook door Brabantse media worden bediend - nauwelijks aan meer diepgravend journalistiek onderzoek wordt gedaan. Aanbellen om met mensen te praten, langere gesprekken voeren over gevoelige onderwerpen, rapporten doorspitten of raadsvergaderingen volgen: het gebeurt veel te weinig.

Dit gemis wordt voor zover wij kunnen beoordelen niet gecompenseerd door landelijke onderzoeksredacties. Belangrijkste reden daarvoor is dat zij zich allemaal in de Randstad bevinden. Hoewel er bij veel journalisten ongetwijfeld de oprechte ambitie is om in de regio onderzoek te doen, is de ervaring dat zij toch minder snel afreizen naar, zeg, Meierijstad of

de Kalmthoutse Heide. Gevolg is dat de plaatselijke politiek en het bedrijfsleven niet meer kritisch worden gevolgd, maar ook dat belangrijke regionale trends onderbelicht blijven. Wij proberen hier met Spot On Stories iets aan te doen.

### **Onze journalistiek**

Met onze journalistiek willen we drie kerndoelen bereiken: de machthebbers controleren, ongehoorde Brabanders een stem geven en meedenken over een veilig en duurzaam Brabant voor de toekomst. We confronteren waar nodig, maar zoeken in onze verhalen ook altijd naar reflectie en verbinding.

*“Storytelling reveals meaning without committing the error of defining it.” - Hannah Arendt*

Een goed journalistiek verhaal reikt niet alleen nieuwe informatie aan, maar biedt ook context die nodig is om een onderbouwde mening te vormen. De razendsnelle ontwikkeling van de mediasector biedt ongelooflijk veel spannende kansen om dit op nieuwe en verrassende manieren te doen. Wij willen van die kansen gebruik maken. Deels omdat het ons werk leuk maakt, maar ook omdat we het als onze verantwoordelijkheid zien om verhalen zo effectief mogelijk te vertellen. Wij zien het daarbij als onze roeping om weg te blijven uit de hoge toren. Niet alleen longreads voor hoogopgeleide beleids- en opiniemakers, maar juist ook publicaties die voor het brede publiek interessant zijn.

### **Onze onderzoeken in 2022**

2022 is een productief jaar geweest. We hebben vijf onderzoeken uitgevoerd die samen tot twintig producties hebben geleid. Twee onderzoeken hebben geleid tot landelijke media-aandacht, en we werden genomineerd voor de Dutch Podcast Award.

Verder hebben we dit jaar verschillende spannende journalistieke vormen verkend. Zo hebben we in samenwerking met De Balie voor het eerste een live-journalism event georganiseerd. Dit beviel zeer goed, en we verwachten in de toekomst vaker met deze vorm te gaan werken. Ook maakten onze journalisten voor het eerst een verhalende podcast. Ook hieren waren we erg tevreden over. De podcast werd bovendien boven verwachting beluisterd en beoordeeld.

Onderstaand de belangrijkste producties van het afgelopen jaar op een rij.

#### **Maart**

##### Onderzoek naar toegankelijkheid

Mensen met een beperking zijn in Nederland eenzamer, armer en depressiever dan mensen zonder beperking. Niet alleen vanwege hun beperking, maar ook omdat ze worden buitengesloten door de samenleving. *In november verscheen in [Vrij Nederland](#) het eerste*

deel van dit onderzoek. In deel 2 onderzoeken we hoe die uitsluiting eruit ziet en wat de psychische, sociale en emotionele gevolgen daarvan zijn. [De publicatie](#) bevat ook een uitleganimatie, luisterversie en artikel in eenvoudige taal.

## **Juni**

### Podcast Hoge Bomen (publicatie van juni t/m november)

Met ruim 100 duizend werknemers, miljoenen klanten en meer dan 10 miljard euro omzet is supermarktketen Jumbo een van de belangrijkste bedrijven van ons land. De keten van de familie Van Eerd is ook de eerste serieuze uitdager van Albert Heijn na jaren van Blauwe alleenheerschappij. Maar dat was 20 jaar geleden nog heel anders. Hoe veroverde dit familiebedrijf in zo'n korte tijd zo'n groot deel van deze krankzinnig competitieve markt? En neemt Jumbo wel de maatschappelijke verantwoordelijkheid die hoort bij de nieuwe status als boodschappenreus? Beike en Tobias deden ruim een half jaar onderzoek naar Jumbo en maakten er deze 8-delige serie van. *De serie werd meer dan 300.000 keer beluisterd en genomineerd voor een Dutch Podcast Award. Ook krijgt hij een beoordeling van 4.9 uit 5 op Spotify.* [Luister de hele serie hier.](#)

## **November**

### Groene keuzes, niet voor iedereen

Van plastic verpakkingen en onvermijdelijk hoge energiekosten tot ontoegankelijke afvalseparatiebakken en duurzaam vervoer: het maken van groenere keuzes is voor Nederlanders met een beperking vele malen moeilijker dan voor mensen zonder beperking. Dat blijkt uit ons onderzoek in samenwerking met Pointer (KRO-NCRV). *Luister de uitzending van Pointer, met een reportage van Sander Bartling en Ieder(in)-directeur Illya Soffer in de studio, [hier terug](#). Liever lezen? We hebben ook [een transcriptie](#) gemaakt.*

## **December**

### Live Journalism: De grootste uitdagingen rond jeugdcriminaliteit in Eindhoven

In sommige Eindhovense vriendengroepen is drugs verkopen even normaal als voetballen. En criminelen zorgen er via onder andere SnapChat voor dat steeds jongere jongens het drugswereldje inrollen. En waar hasjdealers vaak vooral dreigen, gebruiken cocaïnedealers grof geweld. *Tijdens een bijeenkomst die Spot on Stories en Omroep Brabant donderdagavond organiseerden, werd in kaart gebracht wat de grootste problemen zijn rond jeugdcriminaliteit in Eindhoven én wat hier aan gedaan zou kunnen worden.*  
*In samenwerking met De Balie*

### Criminele uitbuiting: slachtoffers worden vaak als daders gezien

Onder dwang drugspakketjes vervoeren of geld laten doorsluizen via je rekening: er zijn duizenden vermoedelijke slachtoffers van criminele uitbuiting, en vaak zijn zij minderjarig. Bij de politie en het OM is er te weinig capaciteit en te weinig expertise om uitbuiting aan te

pakken en slachtoffers te beschermen. Dat blijkt uit onderzoek van het Centrum tegen Kinderhandel en Mensenhandel (CKM). *Lees hier het hele artikel bij [Omroep Brabant](#).*

#### Interview over overlijden Jumbo-icoon Karel van Eerd

N.a.v. het overlijden van Jumbo-icoon Karel van Eerd werd een van onze journalisten gevraagd om commentaar te geven bij het Radio1-programma Langs de Lijn en Omstreken. *Beluister hier [het hele interview](#).*

## **Organisatie en Redactie**

We hebben in 2022 veel tijd en energie besteed aan het opstellen van een hernieuwde beleidsvisie en toekomststrategie. Voor deze strategie hebben we hulp ingeschakeld van mediaconsultant Evelien Kunst. Daarnaast hebben we meerdere adviesgesprekken gevoerd, onder andere met een vennootschapsadvocaat en een coöperatiedeskundige. Een belangrijk speerpunt is het aantrekken van aanvullende financiers. Dit moet uiterlijk vanaf begin volgend jaar gaan leiden tot een meer diverse stroom aan inkomsten. Ook zullen we een anbi-status aanvragen, en willen we een Raad van Advies benoemen.

#### De redactie

Onze redactie bestond dit jaar uit 4 freelancers die allemaal ongeveer 0,5 fte voor het collectief hebben gewerkt. Hier zijn verder geen wisselingen geweest. Daarnaast zijn er op projectbasis nog een handvol externe freelancers ingehuurd voor eenmalige opdrachten.

#### Samenwerking

We hebben dit jaar meerdere grote projecten uitgevoerd waarin we intensief hebben samengewerkt met andere redacties. De samenwerkingen die we zijn aangegaan zijn diverser geworden ten opzichte van eerdere jaren, met meer landelijke journalistieke merken als partner - waaronder Vrij Nederland en BNR Nieuwsradio.

In 2021 stelden we als doel om de impact van onze verhalen te vergroten door meer samenwerken met landelijke platformen. Daarnaast wilden we grotere bijdragen van de partners aan (onderzoeks)budgetten. Beide doelstellingen zien we terug in onze samenwerkingen. Dat is dus goed nieuws. De uitdaging voor komend jaar is om deze samenwerkingen te versterken, maar om ook te blijven samenwerken met lokale en regionale partners.

## **Impact**

Voor één van onze onderzoeken hebben we dit jaar een impactplan en analyse opgesteld op basis van ons playbook *Impact met onderzoeksjournalistiek*. Onderstaand een samenvatting van dat verslag. Het liefst zouden we dit voor al onze onderzoeken doen, maar gezien onze beperkte tijd en middelen en het feit dat meerdere projecten veel tijd vroegen, hebben we hier keuzes in moeten maken. Onderstaand een samenvatting van het impactverslag.

## HOGE BOMEN

### Impactdoelen vooraf:

- Minimaal 50.000 mensen bereiken, bij voorkeur mensen die in de retailsector werken.
- Ervoor zorgen dat de belangrijke vakbladen in de sector onze podcast volgen en erover schrijven. Zodat er binnen de sector discussie ontstaat.
- Ervoor zorgen dat de podcast werknemers van Jumbo bereikt, zodat ook die intern voor veranderingen kunnen zorgen als uit ons onderzoek blijkt dat dat nodig is.
- Spreken met de leiding van Jumbo over de bevindingen uit ons onderzoek, zodat die voor verandering kunnen zorgen als uit ons onderzoek blijkt dat dat nodig is
- Bewustzijn creëren in de samenleving over de grote rol die supermarkten spelen in ons dagelijks leven en in ons voedselsysteem. Zodat er vanuit de samenleving meer roep om verandering komt, als uit ons onderzoek blijkt dat dat nodig is. Of dit gelukt is, kunnen we meten aan de hand van de bereikcijfers. Maar ook kwalitatief gezien door het lezen van reviews en door het goed luisteren naar reacties die we achteraf krijgen.

## OUTPUT

### **Hoofdzaak:**

- Acht podcast afleveringen en een trailer die te beluisteren zijn via alle grote podcast kanalen en op de site van BNR Nieuwsradio.
- Bij elke aflevering een breed scala aan social uitingen (Facebook, LinkedIn, Twitter, Tiktok) op de kanalen van BNR Nieuwsradio en van Spot On Stories

## BEREIK

**Totaal clipdownloads via Spotify op 16-11-2022: 303.557 keer** (bron: BNR)

Hoogste notering in Spotify

Hoogste notering in Apple Podcast

514 beoordelingen in Spotify met een gemiddelde beoordeling van 4.9

## OVERNAME DOOR ANDERE MEDIA

- Omroep Brabant, 23-11-2022:  
<https://www.omroepbrabant.nl/nieuws/4181820/van-eerd-komt-nooit-meer-terug-als-topman-bij-jumbo-denkt-crisisexpert>
- Foodlog, 29-7-2022: <https://www.foodlog.nl/gespot/2022-07-29/>
- Distrifood, 28-6-2022:  
<https://www.distrifood.nl/158891/blr-lanceert-podcast-serie-over-de-opkomst-van-jumbo>

- Uiennieuws, 1-7-2022:  
<https://www.uiennieuws.nl/article/9440297/van-supermarkt-naar-supermacht/>
- AGF, 29-7-2022: <https://www.agf.nl/article/9440297/van-supermarkt-naar-supermacht/>

#### **Recensies:**

- Volkskrant 30-8-2022:  
<https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/jumbo-is-een-kritische-podcast-tot-de-makers-op-bezoek-gaan-bij-frits-van-eerd~b30a05b9/>
- FD, 1-7-2022:  
<https://fd.nl/samenleving/1443452/cowen-vraagt-erop-los-en-dat-levert-goede-antwoorden-op>
- Adformatie.nl, 14-7-2022:  
<https://www.adformatie.nl/media/de-top-5-marketingpodcasts>
- Listin: <https://listn.nl/tips/de-verborgen-wereld-van-een-veghelse-retailreus/>
- De Podcastvrouw: <https://podcastvrouw.nl/tag/podcastvrouw/>

#### **Nieuwsbrieven:**

- De podcastlijst:  
<http://nieuwsbrief.podcastlijst.nl/issues/de-podcastlijst-139-hoge-bomen-1325492>