



Samenwerken met “community based” organisaties in een informatieproject rond terugkeer- en reïntegratiemogelijkheden.

An Issues Handbook

DE CASE VAN HET “COUNTRY OF RETURN INFORMATION AND VULNERABLE GROUPS PROJECT”

De bedoeling van dit handboek is het delen van ervaringen, de goede praktijken, capaciteiten en het potentieel van “community based” organisaties, in de context van informatieoverdracht rond reïntegratiemogelijkheden voor potentiële terugkeerders onder de migrantengemeenschappen in Europa.

Dit geeft ons enkele sleutelementen voor samenwerking met migrantengemeenschappen. Dit handboek richt zich zowel tot basisorganisaties als tot organisaties die de bedoeling hebben om partnerschappen met hen aan te gaan.



Inleiding

“Vraag eender wie die ervaring heeft met een grootse samenwerking en hoe dat ging; zij zullen woorden en zinnen gebruiken als *inclusief, strategisch, effectief, trouw, openheid, goed beheer, meer dan slechts een praatcafé, gefocust op actie, synergie, energie en verplichtingen.*” Overeenkomen wat de karakteristieken van een productieve samenwerking zijn is niet moeilijk. Veel moeilijker is te zien welke praktijken of disciplines we moeten aannemen om effectieve en productieve samenwerking te creëren die echte resultaten geeft. Dit is zelfs nog belangrijker wanneer we werken met groepen en gemeenschappen in de marge, en er een onevenwicht bestaat in macht tussen de samenwerkende partijen en dit in relatie tot de financiële en menselijke bronnen die zij ter beschikking hebben voor deze samenwerking.

De Country of Return Information and Vulnerable Groups Project zag in de kern van zijn mechanisme de samenwerking tussen gevestigde burgerlijke organisaties met basisorganisaties die werken met migranten, vluchtelingen en asielzoekers. Deze benadering is vitaal in een samenwerking waar maatschappelijke organisaties de migranten, vluchtelingen en asielzoekers willen bereiken en hen informatie willen doorgeven. Het is onze ervaring dat basisorganisaties bestaan uit verschillende gemeenschappen en dat ze weten waar de toegang is en via welke wegen de informatie kan worden doorgegeven. De samenleving moet er zich van bewust zijn dat de basisgroepen waarmee ze wil werken, meestal klein zijn en getypeerd worden door vrijwilligerswerkers met een nijpend budget, en die altijd bestonden naast een grotere en beter gefundeerde vluchtelingenorganisaties waarmee ze geregeld worstelden, niet enkel omwille van fondsen maar ook voor een bredere erkenning en invloed op hogere strategische beleidsniveaus.

Met verwachtingen omspringen kan een echte uitdaging betekenen in een samenwerking waar er een machtsonevenwicht is. Basisorganisaties ontwikkelen zich door een bepaalde frappante nood waar niet aan voldaan wordt en zulke organisaties hebben vaak geen betaalde medewerkers en zijn dus afhankelijk van vrijwilligers. Het is onrealistisch om van zulke organisaties te verwachten dat ze dezelfde organisatiecapaciteit hebben als een gevestigde maatschappelijke organisatie. Dit leiden tot conflicten in relatie tot de tijdsbesteding en prioriteiten van de samenwerking of partnerschap.

De sleutel tot het begrijpen van een samenwerking is het verschil te herkennen tussen ‘controle’ en ‘samenwerking’. Het kan evident lijken, maar in een waarachtige samenwerking heeft niemand de volle controle. Zonder twijfel zullen bepaalde partijen meer invloed hebben dan anderen, maar vanaf dat zij deze macht trachten te gebruiken, zonder de steun van andere partijen zal het vertrouwen verdwijnen en de relaties verzwakken. Samenwerking gaat over handelen eerder via invloed dan via controle. Helaas kan de ervaring van basisorganisaties in samenwerking of in partnerschappen vaak moeilijk of uitdagend zijn, vooral wanneer de machtiger en solider maatschappelijke organisaties van die basisorganisaties verwachten om te fuseren rond hun project, initiatief of onderwerp. Vele basisorganisaties klagen dat zij, binnen de samenwerking, worden misbruikt als leveringsmechanisme om ‘moeilijk te bereiken groepen’ te bereiken, maar terwijl ze wel niet over genoeg middelen of grote bedragen uit fondsen kunnen beschikken om naar de maatschappelijke organisatie toe te stappen. Het is noodzakelijk dat de basisorganisaties worden geïmpliceerd in de ontwikkelingsfase van een project zodat er met hun noden rekening wordt gehouden.

Basisorganisaties hebben hun wortels in de gemeenschappen waar zij toe behoren, helpend om een collectieve stem te geven aan individuen en een bepalende rol te spelen in het linken van individuen en families om middelen en informatie te verkrijgen. *Mainstream* maatschappelijke organisaties die zoeken om samen te werken met basisorganisaties moeten indachtig zijn dat, om de gemeenschappen te kunnen bereiken, ze de ontwikkeling en capaciteit van basisorganisaties moeten ondersteunen en moeten helpen zodat zulke organisaties kunnen blijven bestaan.

Tahera Aanchawan



De keuze om samen te werken met de basisorganisaties

Het is duidelijk dat de beïnvloeding van tendensen zoals de terugkeer van migranten niet op korte termijn, en met weinig investering kan gebeuren. Als we echt een verschil willen maken hebben we nood aan een duurzaam en hecht partnerschap, dat in staat is om mensen te mobiliseren, informatie te analyseren en deze informatie toegankelijk te maken voor de sleutelfiguren alsook heel wat invloedrijke bronnen te mobiliseren.

Binnen elk project zijn er meervoudige contexten die kunnen gebruikt worden om de projectresultaten te versterken. Een belangrijk deel van het project bestaat uit het geven van informatie aan de migrantengemeenschappen. We wilden de doeltreffendheid van onze informatieoverdracht verhogen door te streven naar een samenwerking met initiatieven die bestaan binnen de migrantengemeenschappen.¹

De huidige multiculturele structuur van het sociaal weefsel (de sociale samenleving) heeft de vroegere hiërarchische culturele en sociale configuratie vervangen door een netwerkstructuur. Specifieke interventies en acties kunnen het begin betekenen van de ontwikkeling van nieuwe netwerken of de versterking van bestaande netwerken. Heel vaak zijn deze netwerken, gebaseerd op occasionele contacten, kwetsbaar en onstabiel.

Door het opzetten van gemeenschappelijke activiteiten willen we de duurzaamheid van deze netwerken versterken. Onze gezamenlijke acties ondersteunen de ontwikkeling van een netwerk rond terugkeer-informatie. We willen dat het project letterlijk een kruispunt wordt waar verschillende delen van onze doelgroep elkaar ontmoeten. Op deze manier zorgt de ontwikkeling van het netwerk op zich al voor het ontstaan van communicatie en duurzaamheid.^{2,3}

1 Als we aannemen dat een informatieaanbod over terugkeermogelijkheden relevant is voor bepaalde doelgroepen, stelt zich de vraag hoe dit aanbod het best kan worden georganiseerd. We onderscheiden ruwweg drie modellen: het netwerk model, het “one-stop shop” model en het “hallway model”. In het netwerk model onderzoeken verschillende organisaties, in onderling overleg, welke de vragen naar informatie zijn en op welke manier op deze vragen kan geantwoord worden. In het “one-stop shop” is er één locatie waar de potentiële terugkeerders terecht kunnen met de vragen die ze eventueel hebben. Bij het “hallway” model wordt het aanbod gecreëerd binnen organisaties of instituties waar de doelgroepen al komen. Als gevolg kunnen vragen naar informatie al na een vroeg stadium worden opgespoord. Hierdoor wordt de drempel ten aanzien van het project verlaagd. Hieruit vertrekt onze keuze om samen te werken met zelforganisaties.

2 In het licht hiervan is het belangrijk om te kijken naar de verschillende doelstellingen en realisaties van het netwerk. De verschillende doelstellingen van het gevestigde netwerk zijn:

1. “Up-grading”: het verbeteren van de prestaties van elk lid, doorheen collectieve actie en uitwisseling van informatie. Hierdoor maakt het netwerk het mogelijk om een effectieve informatieoverdracht, over het bestaan van het project, alsook over de reïntegratie mogelijkheden voor potentiële terugkeerders, te organiseren naar de bredere doelgemeenschap. Het biedt ook een geweldige kans om de relevantie van onze informatie over reïntegratiemogelijkheden te evalueren.
2. “Up-streaming”: het zoeken naar alternatieve benaderingen, nieuwe manieren van begrip en tussenkomst. Als gevolg hiervan maakt het netwerk het mogelijk om bestaande activiteiten van de zelforganisaties aan te passen en deze activiteiten om te vormen tot sterke acties rond informatie. Ook worden er nieuwe concepten over communicatie en nieuwe communicatie-instrumenten ontwikkeld. Mensen beginnen ook na te denken, zowel als een individu als een groep, over wat de werkelijke terugkeermogelijkheden zijn en hun positie ten aanzien van een mogelijke terugkeer.
3. “Up-shifting”: de noodzaak om op een hoger niveau te worden gehoord, om op die manier de nationale alsook globale beslissingen te beïnvloeden. Als een gevolg hiervan komen er beleidsaanbevelingen, vanuit de migrantengemeenschap, voor verdere acties betreffende terugkeerinformatie en terugkeermanagement.

3 In bijlage 1 kunt u onze selectiecriteria voor zelforganisaties terugvinden.



Aantal kenmerken van de basisorganisatie

Bij het werken met basisorganisaties speelt “identiteit” een sleutelrol in wat of waarrond de organisaties zich organiseren (vb. etniciteit, liefdadigheid, enz.). Mensen organiseren zich om hun eigen belangen naar voor te brengen, om zich te verenigen rond een gemeenschappelijk belang.

Dit kan zowel op een formele als informele manier gebeuren. Het onderscheid tussen beide is relevant wanneer er een samenwerking wordt opgezet.

Een aantal kenmerken die betrekking hebben of kunnen hebben op beide types van organisaties¹:

| | Informele organisatie | Formele organisatie |
|--------------------------------|--|--|
| Faciliteiten en contact | Werken vanuit privé-woningen | Werken vanuit een bureau/kantoor |
| Financiën | Financieel afhankelijk van de bijdragen van de leden of van evenementen voor fondsenwerving | financieel afhankelijk van subsidies en eigen financiering |
| Professionaliteit | Meestal is er geen betaald personeel en het is mogelijk dat de leden overdag moeten werken en dus niet bereikbaar zijn | Meestal zijn de mensen, binnen hun organisatie, half-tijds of voltijds tewerkgesteld |
| Begunstigden | Vaak kennissen, zoals familieleden of etnische leden in het land van herkomst of in Europa | Personen intern en extern aan de groep verbonden |
| Ideologie en missie | Meestal apolitiek en gericht op het welzijn van de leden en de culturele noden | Vaak gericht op empowerment of overdracht van vaardigheden |

Deze typologie maakt ons onmiddellijk duidelijk dat er hierrond problemen kunnen ontstaan. Dit betekent echter niet dat deze problemen uniek zijn aan de basisorganisaties. Het is eerder de manier waarop ze zijn gestructureerd dat hen kwetsbaarder maakt voor sommige organisatorische moeilijkheden. Hiermee moet rekening gehouden worden wanneer er een professionele samenwerking wordt opgezet.

Het is opvallend dat basisorganisaties meestal ontstaan uit eigen initiatief en niet vanuit het initiatief van de overheid of een sociale instelling. Dit is misschien de reden waarom een gebrek aan professionalisme nog steeds een kenmerk is van veel van deze organisaties: heel wat werk wordt verricht door

¹ Een enquête van Afrikaanse Organisaties in Londen: An Agenda for AFFORD's Action; London, Afford, 1996



gemotiveerde vrijwilligers, maar met weinig beroepservaring betreffende de materie.

Hoewel hun uitstekende kennis van de situatie van het land van herkomst een duidelijk voordeel inhoudt, belemmert het gebrek aan kennis betreffende het runnen van een professionele organisatie in heel wat gevallen de goede werking ervan. Vaak ontbreken ze de kennis over wet- en regelgeving om publieke financiering te vinden waardoor ze alleen handelen. Alsook missen hun interne organisatie kennis en ervaring op het gebied van administratie en projectmanagement, welke noodzakelijk is voor een vlotte interne werking te garanderen en de overleving op lange termijn.



Regelmatige verschuivingen in de raden van bestuur en werknemers brengen met zich mee dat de verworven kennis vaak verloren gaat. De nadruk moet eerder liggen op het feit dat, zelfs indien het zwakke organisaties betreft, individuele leden ervaring en vaardigheden bezitten die zij kunnen aanwenden in het belang van de organisaties of het project. Tijdsinvestering kan een andere beperking zijn. Vrijwillige werknemers hebben vaak een betaalde baan, volgen een opleiding of hebben een druk gezinsleven. Ze kunnen slechts een beperkt aantal uren investeren in hun organisatie en deze tijd gaat dan ten koste aan de nodige continuïteit.

Een ander obstakel voor een samenwerking is dat heel wat basisorganisaties een slechte externe communicatie en public relations hebben. Hoewel jongere organisaties vaak beter uitgerust zijn om PR te doen en hun strategische communicatie uit te bouwen, spendeert de meerderheid weinig aandacht aan hun publieke reputatie.

Daar het nu heel veel moeite kost om structurele of projectgerelateerde financiële steun te krijgen, zijn veel van de aangehaalde problemen niet ten gevolge van incompetentie. Fondsenwerving betekent hoge drempels die vaak moeilijk te overwinnen zijn door de basisorganisaties. En zelfs wanneer er externe financiering is gevonden, wordt het meeste daarvan gebruikt voor tijdelijke projecten, met absoluut geen garantie betreffende de continuïteit van de activiteiten.



Partnerschappen aangaan met basisorganisaties

UITDAGING OM TE WERKEN MET BASISORGANISATIES: “OWNERSHIP” ALS DE SLEUTEL TOT SUCCES.

Netwerkvorming werkt emanciperend voor basisorganisaties, op voorwaarde dat er een gedeelde eigendom is van het project en haar resultaten. Deze voorwaarde geldt ook als het leidend principe, als bepalend voor het succes van een communicatieactiviteit rond vrijwillige terugkeer en reïntegratie mogelijkheden.

Het concept van “ownership” is vrij algemeen bekend in het discours rond ontwikkeling, waarbij verwezen wordt naar de “stakeholders” die hun capaciteit, macht of invloed moeten vastleggen en verantwoordelijkheid moeten nemen voor de agenda van het project, alsook steun hiervoor moeten vinden.

Er is sprake van een hoge mate van “ownership” als:

- de beoogde begunstigen wezenlijk invloed hebben op de opzet, het ontwerp en de uitvoering van de projectstrategieën;
- de uitvoerende actoren geworteld zijn in de doelgemeenschap en de belangen vertegenwoordigen van gewone burgers;
- er tussen de verschillende “stakeholders” transparantie bestaat en er verantwoording wordt afgelegd.

Enkele vragen voor het opbouwen van “ownership”:

1. Wat is het probleem en hoe kunnen we het definiëren?
2. Wat zijn de oplossingen die we voorstellen?
3. Waarom zijn deze oplossingen in het belang van iedereen?
4. Welke waarden en identiteitskwesties staan op het spel?

Zowel de beoogde gebruikers als de basisorganisaties werden geconsulteerd in verband met de relevantie van het project, hierbij rekening houdend met hun ideeën over welke informatie bruikbaar is en welke de kwetsbare groepen zijn binnen de potentiële terugkeerders.

De basisorganisaties kregen een sturende rol hebben zo de beste weg kunnen uitstippelen waarlangs de informatieoverdracht naar de ruimere gemeenschap kan gebeuren en wat daarbij de kern van de boodschap moet zijn. Dit gezegd zijnde, blijft “ownership” een uitdaging. Het is absoluut noodzakelijk om de doeltreffendheid te verhogen en - vanuit de visie van duurzaamheid - de rol die de migrantengemeenschappen hebben binnen de collectieve dialoog te heronderhandelen, de organisatorische strategieën en praktijken te hervormen, het versterken van de dienstverlening en het vergroten van de capaciteit om kennis en ervaring uit te wisselen.



VERBETEREN VAN PARTNERSCHAP

Menter's Partnership Development Project (East of England Black & Minority Ethnic Network) heeft een "framework" (kader) ontwikkeld voor partnerschappen, **PIISA**¹. Dit kader kan ook voor ons zeer bruikbaar zijn, wanneer we samenwerking (acties) definiëren.

Er zijn vier sleutelfactoren voor success in elk partnerschap:

P duidelijkheid over doel (**Purpose**) en rol

Dit is essentieel. Omdat we werken binnen een netwerk en we streven naar de aanvaarding van onze doelstellingen, moeten we absoluut duidelijk zijn over onze projectdoelstellingen en het gewenste resultaat. Indien partners zich daarin niet kunnen vinden of als ze verkeerd geïnformeerd zijn zal de samenwerking zwak zijn. Duidelijkheid scheppen rond de doelstellingen geeft de partners de kans om hun bedenkingen duidelijk te maken, alsook duidelijk te maken wat zij verwachten van het partnerschap en waartoe ze zich kunnen verbinden binnen het netwerk.

II mogelijkheid om te beïnvloeden (**Influence**) en beïnvloed (be **Influenced**) te worden

Het project moet een omgeving scheppen van open dialoog en tegemoet komen aan de noden van alle partners. Dit moet leiden tot een zekere mate van flexibiliteit wat een heroriëntering van de acties kan teweegbrengen. De mogelijkheid tot beïnvloeding moet niet alleen vertaald worden op het niveau van het project, maar kan ook gevolgen hebben op het organisatorische niveau. Een omgeving creëren waarbinnen mensen het partnerschap alsook de agenda kunnen beïnvloeden. Een vergadering zo inrichten dat iedereen kan en wil participeren en dat er kan worden omgegaan met bezwaren, frustraties en confrontaties.

S systemen and Structuren (**Structures**) in verhouding tot het doel

Systemen en structuren moeten dynamisch zijn en in verhouding tot het doel van het partnerschap. Dit betekent ook dat ze onderweg moeten kunnen worden aangepast.

A capaciteiten en middelen om te komen tot Actie (**Action**)

De acties moeten specifiek zijn en er moet duidelijkheid zijn over de deadlines en over de verantwoordelijkheden van elke betrokken partner.

Meestal, wanneer we samenwerkingsverbanden opzetten, wordt de focus gelegd op "wat we doen" (**S** en **A**), en minder op "wie we zijn" (**P** en **II**). Nochtans zijn ze even belangrijk!

¹ Zie: Building better partnerships. Guidelines for multi-agency groups working with asylum seekers and refugees in the East of England, January 2005, Refugee Council & Menter, UK



Enkele leidende principes

om moeilijkheden in de communicatie, ten aanzien van migranten en basisorganisaties, te overwinnen wanneer het gaat over het thema vrijwillige terugkeer¹

Heel wat problemen hebben te maken met het opzetten van partnerschappen met de migrantenorganisaties.² Een algemene houding die we zouden moeten aannemen ligt in het besef dat we op verschillende manieren naar dingen kijken, zoals door getinte glazen. Maak geen veralgemeningen naar alle gemeenschappen zoals “deze of die gemeenschap is niet georganiseerd”. Vraag jezelf af waarom zij moeten voldoen aan jouw normen?

MOEILIKHEID 1 :

Terugkeer kan een moeilijk te introduceren thema zijn.

Activiteiten in relatie tot terugkeer zijn abstract, kwaliteitsinstrumenten met de focus op terugkeer zijn moeilijk te vinden.

Leidend principe:

Voor de basisorganisaties komen waarden vaak op de eerste plaats. Engageer je tot positieve communicatie. Praten over terugkeer kan bedreigend zijn, maar wat je echt doet is hen helpen om “een keuze te maken” tussen terugkeer en verlengd verblijf.³ Dit is een veel betere en eerlijkere manier van communiceren over vrijwilliger terugkeer. En wanneer je eenmaal praat over “keuzes maken” gebruik deze term dan consequent. Een boodschap kan doorgegeven worden op verschillende manieren en via verschillende kanalen. Geef een boodschap door via meerdere communicatie-instrumenten. Spreek over het thema op gelegenheden waar er geen directe link is met terugkeer. Zelfs wanneer het publiek niet volledig uw doelgroep omvat, is elke persoon die er is een communicatiekanaal op zichzelf en zal de boodschap verspreid worden aan de mensen om hen heen van wie ze denken dat ze geïnteresseerd zijn in wat je te zeggen of aan te bieden hebt. Wanneer er voorbeelden gegeven worden om de relevantie van informatie over terugkeermogelijkheden aan te duiden; probeer dan dat deze een culturele weerklank hebben waardoor ze herkenbare sociale en culturele kwesties weergeven. Wanneer er

¹ Deze basisprincipes zijn het resultaat van een interactieve workshop gehouden, door Tahera Aanchawan, tussen de verschillende Europese projectpartners. “Promoting information projects towards migrant communities: approaches in collaboration with grass roots organizations”, Belgium, 09.10.2008

² Hoewel we deze basisprincipes voorstellen als een antwoord op mogelijke problemen, moet het duidelijk zijn dat moeilijkheden ook mogelijkheden met zich meebrengen, alsook moet het duidelijk zijn dat de lijst niet-exhaustief is. De moeilijkheden worden weergegeven vanuit het standpunt van de NGO's die samenwerken met de zelforganisaties. Maar in heel wat gevallen zijn ze wederzijds.

³ Cfr. Choices - Voluntary Return Conference Report, February 2005, Refugee Action, London, UK



wordt gepraat over terugkeerinformatie, maak gebruik van voorbeelden waarmee mensen zich kunnen identificeren. Dit kan een andere/positieve manier zijn waarop de informatie kan worden meegegeven (vb. opzetten van een onderneming), of verhalen van mensen die daadwerkelijk zijn teruggekeerd en hoe zij deze ervaringen hebben beleefd, enz.

De lengte, de toon en de inhoud van de boodschap moet worden aangepast aan het publiek.

Ga er niet vanuit dat mensen een boodschap op dezelfde manier verstaan als jij dat verstaat. Bouw de boodschap op rond één centraal element.

MOEILIKHEID 2 :

Wanneer het publiek wordt aangesproken, krijg je te maken met verschillende verwachtingen over wat kan worden aangeboden aan de terugkeerders: vb. naast de informatie willen de mensen ook financiële hulp (wat geen deel uitmaakt van het project).

Leidend principe:

Door de optie terugkeer te communiceren als “een keuze”, erkennen we terugkeer als een onderdeel van een persoonlijk project. Het CRI-project heeft maar betrekking op één deel van dat project. Wees al vanaf het begin altijd duidelijk in wat je te bieden hebt. Indien mensen andere verwachtingen hebben en je kan hieraan niet tegemoetkomen, zie wat je kan doen en indien nodig verwijst hen door naar andere organisaties/instellingen die hen verder kunnen helpen. Zeg wat je bedoelt en bedoel wat je zegt. Wees coherent.

Zonder het vermijden van discussies is het duidelijk dat je niet iedereen voor jouw zaak/idee zal kunnen winnen, maar je kunt wel de “biases” in hun bewering ontmaskeren. Tracht jouw idee te beargumenteren met feiten en cijfers en niet met slogans of beledigingen. Probeer, in plaats van kritiek te geven op je tegenstanders, haalbare oplossingen voor te stellen die in het belang zijn van iedereen. Tracht de energie van eenieder zoveel mogelijk te benutten om te komen tot een gezamenlijke duidelijke boodschap die steeds opnieuw kan herhaald worden.

MOEILIKHEID 3 :

Als een buitenstaander kan het moeilijk zijn om te identificeren “wie wie vertegenwoordigt” binnen de gemeenschap en wat het bereik is van de basisorganisaties.

Leidend principe:

Wees je er van bewust dat mensen binnen een gemeenschap maar twee zaken gemeenschappelijk hebben: ze zijn migranten en ze hebben dezelfde nationaliteit. Het is een grote misvatting dat migranten een homogene groep zijn. De diversiteiten (leeftijd, gender, geografische achtergrond, klasse, gezondheidsstatus, etniciteit, enz.) die je kunt terugvinden in de maatschappij bestaan ook in elke migrantengemeenschap.



En er is niet één enkele vertegenwoordiging van de hele gemeenschap mogelijk:

- Accepteer dit zonder er bang van te zijn. Het belangrijkste is om er zich bewust van te zijn.
- Vermijd de oververtegenwoordiging van één enkele groep binnen de gemeenschap (enkel mannen, één enkele etniciteit, enz.)
- Denk na over leiderschap eerder dan over vertegenwoordiging. Wat telt is niet wie vertegenwoordigt wie maar wie kan het werk uitvoeren.

Dus identificeer verschillende groepen en neem hen aan boord zonder steeds wisselende boodschappen te geven afhankelijk van het publiek. Om de identificeren “wie wie is” binnen een groep: vraag het om het te weten. Leiderschap kan de diversiteit binnen de gemeenschap weerspiegelen (cultuur, etniciteit, clan, ...).

MOEILIKHEID 4 :

Hoe het bewustzijn van andermans cultuur en etniciteit verhogen?

Leidend principe:

Opnieuw: vraag het om het te weten.

Het is onze professionele plicht om onderzoek te doen naar cultuur en etniciteit wanneer we met andere gemeenschappen werken. Surf op het Internet, kijk naar documentaires, lees boeken, rondvragen. Aanvaard dat jouw visies, gewoontes en gedragingen opgebouwd zijn vanuit een vertekend beeld en vermijd waardeoordelen betreffende de manier waarop mensen dingen doen of vermijdt het denken in stereotypen. Laat een mogelijke taalbarrière geen muur vormen.

MOEILIKHEID 5 :

Wanneer je werkt met basisorganisaties, kan je geconfronteerd worden met conflicten binnen de migrantengemeenschappen? Hoe blijf je daarin neutraal?

Leidend principe:

Conflicten zijn overal in het dagelijkse leven aanwezig. Een gemeenschap zonder conflicten bestaat niet. Het is onrealistisch te denken dat je neutraal kan blijven. Neutraliteit bestaat niet.

MOEILIKHEID 6 :

Hoe omgaan met de onstabiele van het verblijf van de migranten zonder papieren, wat kan leiden tot de onmogelijkheid om betrokken te blijven.

Leidend principe:

Nog iets dat onvermijdelijk is. Groepen zijn dynamisch en hun samenstelling verandert voortdurend. Wat voor de basisorganisaties telt, telt trouwens ook voor andere organisaties. Migrantenorganisa-



ties kunnen werken met een bepaalde persoon binnen uw organisatie die daarna om de een of de andere reden vertrekt (nieuw jobmogelijkheden, vakantie, ziekte, enz.)

MOEILIKHEID 7 :

Projecten hebben een strak tijdschema waardoor er onvoldoende tijd overblijft om basisorganisaties te helpen om hun capaciteiten om communicatiediensten te leveren, te versterken.

Leidend principe:

Wanneer een project opgestart wordt, aanvaard je het tijdschema.

Het is belangrijk om verwachtingen duidelijk te stellen. Beloof niets dat je niet kan waarmaken. Elke persoon die een evenement, waar je jouw werk voorstelt, bijwoont creëert een vermenigvuldiging van de verspreiding van jouw boodschap. Zelfs wanneer maar een klein deel geïnteresseerd is of je heeft aangesproken, praten ze met anderen wanneer de gelegenheid zich voordoet.

MOEILIKHEID 8 :

Basisorganisaties zijn in de eerste plaats niet en alleen volledig gericht op vluchtelingen, maar wel op andere gebieden.

Leidend principe:

Het publiek van potentiële terugkeerders is veel groter dan vluchtelingen. Zelfs wanneer een basisorganisatie zich toelegt op integratie is dit niet, indien je het voorstelt als “keuzes maken”, tegenstrijdig aan het thema terugkeer. Wees bewust van de publieke opinie betreffende het (promoten) van aan terugkeer verbonden informatie. Het is vaak contraproductief om het thema op een directe manier aan het publiek te communiceren. Een betere tactiek is om het thema op een positieve manier over te brengen naar het publiek, vb. aantonen hoe terugkeerders kunnen bijdragen aan de welvaart en het algemene welzijn in hun land van herkomst, maar ook hoe zij hier deel uitmaken van de gemeenschap waarbinnen ze diversiteit brengen.

MOEILIKHEID 9 :

Werken met migrantenorganisaties betekent werken buiten de normale kantooruren.

Leidend principe:

Denk eraan: wij worden hiervoor betaald en we kunnen de uren compenseren, terwijl mensen van migrantenorganisaties dit vaak doen op vrijwillige basis en na een hele dag werken.



De fundamenten (of hoekstenen) van informatieoverdracht

Er moet aan een aantal voorwaarden voldaan worden alvorens er effectief, tegenover potentiële terugkeerders, over terugkeer -en integratiemogelijkheden kan gecommuniceerd worden.

We noemen deze voorwaarden de “fundamenten van de informatieoverdracht tegenover potentiële terugkeerders”.

| FUNDAMENT / HOEKSTEEN | | |
|--|--|--|
| EEN OP “KEUZE”- GEBASEERDE AANPAK | Eén van de grootste uitdagingen waarmee je kunt geconfronteerd worden is hoe je het thema van vrijwillige terugkeer kan bespreekbaar maken binnen uw organisatie zonder dat dit leidt tot wantrouwen. Er kunnen mensen zijn die zich bedreigd of ongemakkelijk voelen wanneer er over dit thema gecommuniceerd wordt. De kern van de boodschap is echter “hoe bouw ik een betere toekomst op?”. Het gaat over keuzes maken, ongeacht wat de uitkomst van deze keuzes is (terugkeren of blijven) | Het is specifiek een benadering die ieder persoon als een uniek en gelijkwaardig mens beschouwt, met niet alleen het recht op leven en overleven, maar ook met het recht op ontwikkeling van de eigen mogelijkheden. |
| OVERLEG | Zonder voldoende overleg loop je het risico om niet effectieve communicatie-instrumenten of procedures te ontwikkelen die niet gebaseerd zijn op de ervaringen of de capaciteiten van de potentiële terugkeerders. Op organisatorisch niveau, is het belangrijk om niet enkel te vertellen wat gepland is, welke mogelijkheden kunnen worden aangeboden of te luisteren naar de feedback die er wordt gegeven. Om te komen tot een echt partnerschap is het nodig om ook de anderen aan te sporen aanvullende ideeën te geven. Op deze manier kunnen ze ook mee beslissen wat de beste manier is om vooruit te komen. | |



| | |
|-----------------------------|---|
| VERANTWOORDELIJKHEID | Indien alle betrokkenen geen enkel gevoel hebben van verantwoordelijkheid voor de communicatie-instrumenten of procedures, dan is het ook onwaarschijnlijk dat ze, in hun werk, verantwoordelijkheid zullen nemen voor de uitvoering en de uitwisseling van de informatie. Zonder een brede gedeelde verantwoordelijkheid in de gehele organisatie, wordt de overdracht van informatie over terugkeermogelijkheden afhankelijk van bepaalde personen. Hierdoor bestaat het risico dat de aangeboden service verzwakt of zelfs verdwijnt indien deze mensen de organisatie verlaten. |
| VERTROUWELIJKHEID | Potentiële terugkeerders die informatie opvragen moeten verzekerd worden dat elke gevoelige informatie met respect en vertrouwelijk wordt behandeld. Dit brengt met zich mee dat deze informatie maar voor een minimum aantal personen toegankelijk mag zijn. Actuele informatie (vb. namen en incidenten) moet vertrouwelijk blijven en enkel toegankelijk voor zij die deze informatie nodig hebben. ¹ |
| TRANSPARANTIE | Informatie die wordt doorgegeven aan potentiële terugkeerders moet op een duidelijke manier worden geregistreerd, ondertekend en gedateerd alsook duidelijk gemarkeerd worden als een advies of een feit. Transparantie is het proces van het verzamelen van duidelijke en gestandaardiseerde informatie. |



¹ We moeten ons bewust zijn van de mogelijkheid tot misbruik van informatie door sommige instanties die asielaanvragen onderzoeken, vb. informatie over toegang tot gezondheidszorg, waarbij specifieke informatie dreigt veralgemeend te worden.



Goede praktijkvoorbeelden

KENMERKEN VAN GOEDE PRAKTIJKVOORBEELDEN

Algemeen kunnen we vier basiskenmerken onderscheiden van goede praktijkvoorbeelden:

1. meervoudig(e) effect/impact

- door het integreren van een activiteit in een breder project waaraan verschillende actoren deelnemen
- door verschillende communicatiebronnen en/of animatie-instrumenten te combineren

2. duurzaamheid

- door het beeld van het project in tijd en ruimte te plaatsen (verspreid oncontroleerbaar effect)
- door hun herhaling in tijd en ruimte

3. deelname

- door de actieve betrokkenheid van de doelgroepen in de voorbereiding en uitvoering van de activiteit
- door de mogelijkheid tot interactie met/van het publiek tijdens de activiteit

4. vernieuwing

- door de geplande benadering en de animatie -en communicatiemethodes
- door de selectie van de doelgroep
- door de presentatie van een onderwerp anders dan het onderwerp terugkeer, maar waarvan de relevantie voor een mogelijke terugkeer duidelijk is (vb. “ opzetten van businessgerelateerde projecten)

Specifiek voor communicatie rond terugkeer -en reïntegratie mogelijkheden is de belangrijkste eigenschap van goede praktijkvoorbeelden om “terugkeer” voor te stellen als een geldige optie en zo voorbij te gaan aan het taboe rond het thema terugkeer.



VERSCHILLENDE SOORTEN COMMUNICATIEPRAKTIJKEN

Binnen het CRI-project hebben we een aantal goede praktijkvoorbeelden van communicatieactiviteiten rond terugkeer verzameld.¹

Algemeen kunnen we de praktijkvoorbeelden onderverdelen in vier verschillende categorieën

- culturele evenementen / informele activiteiten;
- workshops;
- massa media (artikels, radio interviews, nieuwsbrieven);
- netwerk activiteiten.

1. culturele evenementen / informele activiteiten

Heel wat activiteiten die worden georganiseerd zijn geen pure communicatieactiviteiten, maar vallen eerder binnen het socio-culturele veld. De redenen hiervoor zijn:



- de “core business” van de meeste basisorganisaties is de voortzetting van hun eigen culturele ervaringen en/of de ondersteuning van hun landgenoten in het vinden van hun weg in de samenleving;
- Culturele activiteiten zorgen voor de versterking van de eigen identiteit en de opbouw van het eigen imago. De aard van deze activiteiten alsook de versterking van de culturele identiteit spelen een belangrijke rol in het vastleggen van een positieve dynamiek binnen de gemeenschap. Dit vergemakkelijkt een goede communicatie.
- Via culturele activiteiten kunnen er op brede schaal (segmenten van) doelgroepen aangetrokken en gemobiliseerd worden.

2. workshops



Een workshop is een (interne) groepsvergadering, met een supervisor, waar een bepaald thema wordt besproken en uitgediept. Binnen een workshop staat de persoonlijke mening en/of ervaring van iedere deelnemer centraal. Zowel theoretische verklaringen als praktische oefeningen krijgen hier een plaats. Een workshop moet leiden tot een gemeenschappelijk(e) inzicht en aanpak van de deelnemers.

¹ De reden voor het verzamelen van goede praktijkvoorbeelden is :

- vastleggen van ervaringen
 - organisatorische benadering
 - methodologische benadering en instrumenten
 - inhouden
 - kritische succesfactoren/voorwaarden
- publiciteit en promotie maken: mogelijkheden aanreiken om de expertise en de capaciteiten van basisorganisaties te valoriseren
- rechtvaardigen wat er gebeurt met de publieke financiering
- de bijkomende waarde van de samenwerking met de basisorganisaties becommentariëren en hun werk meer zichtbaar maken



3. massa media

De meeste voorbeelden hebben betrekking op de massa media.

Een kort overzicht:



Publicaties

Een nieuwsbrief, een tijdschrift,... kan een goede manier zijn om je stem te laten horen. Toch moet men rekening houden met de kosten die deze met zich meebrengen en dit in termen van de middelen als tijd en mensen. Maak geen onprofessioneel artikel dat het beeld van het project naar de buitenwereld kan schaden.



Website

Wanneer een website logisch is opgesteld, kan deze voor de doelgroep fungeren als een zeer interessant en gemakkelijk toegankelijk communicatiemiddel.



Bloggen en SMSen

Blogs, moblogs, SMS, hebben reeds hun waarde bewezen om op grote schaal mensen te informeren en te mobiliseren voor een collectieve actie.



Interviews

Interviews zijn de ultieme tests. Via een interview kan je een heel publiek bereiken dat anders niet toegankelijk is. Hun succes ligt voornamelijk in de goede voorbereiding ervan. Exact de context kennen van het interview is hierbij belangrijk (wie is de interviewer, voor welk programma, live of opgenomen, enz.). Definieer op voorhand de kernboodschap en selecteer concrete voorbeelden om je verklaringen te ondersteunen. Zorg ervoor dat je, tijdens het interview, niet wordt afgeleid van de kernboodschap en bereid je voor op moeilijke vragen.



Debatten

Debatten bieden goede mogelijkheden aan om je visies weer te geven. Net als bij interviews moet een debat ook goed worden voorbereid: wie neemt deel aan het debat en welke boodschap wil je zelf meegeven?

4. netwerk activiteiten



Zelforganisaties werken niet alleen. Heel vaak maken zij deel uit van een breder netwerk van leden -of overkoepelende organisaties. Deze samenwerkingsverbanden hebben vaak een gemeenschappelijk doel: het verhogen van de participatie van de etnische minderheden in de beleidsvorming en de ontwikkeling van de gemeenschap. Het basis-idee van zo een netwerk is om steun te verwerven voor gezamenlijke acties.

Als lid kan een zelforganisatie gebruik maken van zo een netwerk om de communicatie naar de ruimere gemeenschap te vergemakkelijken en dit via het gebruik van hun communicatiekanalen. Deze netwerken kunnen plaatsgebonden, gemeenschapsgebonden of taalgebonden zijn.



ENKELE VOORBEELDEN VAN GOEDE PRAKTIJKEN¹

| ACTIVITEIT | EEN CULTURELE AVOND, MET ETEN, LOKALE MUZIEK, (AFKOMSTIG UIT DE GEMEENSCHAP) EN DANS |
|---|--|
| RISICOFACTOREN (kritische succesfactoren) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Een locatie die gemakkelijk bereikbaar is ▪ Een locatie die aangepast is om concerten te geven, te dineren en te discussiëren ▪ Een goede publiciteit zowel lokaal als nationaal ▪ Een goede afstemming / programmering tussen de verschillende onderwerpen ▪ Een aanpak die garanties biedt dat er discussies kunnen gevoerd worden met de gemeenschap zonder de inmenging van andere groepen |
| DOELGROEPEN | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mensen van binnen de gemeenschap (nationaal): families en jongeren 2. Mensen van buiten de gemeenschap (lokaal): jongeren en sympathisanten |
| DOELEN / OBJECTIEVEN | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creatie van een gemakkelijk toegankelijk platform voor de presentatie van het CRI-project en discussie tussen de leden van de gemeenschap op een informele manier. ▪ het project bekend maken bij de doelgroepen binnen de gemeenschap dat organisatie X een partner is in het CRI-project. Zo kunnen ze als tussenpersoon optreden. |
| BESCHRIJVING VAN DE ACTIVITEIT : CULTUREEL EVENEMENT | <ol style="list-style-type: none"> 1. Een culturele avond met typisch eten (vb. lokale gerechten), lokale muziek en dans. Georganiseerd door iemand die bekend is binnen de gemeenschap. 2. Een ronde tafel-gesprek met een voorstelling van het project, de doelen ervan, middelen en partners, gevolgd door een discussie. 3. Een publicatie/artikel over de activiteit in een lokale krant. |

¹ Als selectiecriteria voor deze publicatie, moet het goede praktijkvoorbeeld overdraagbaar, innovatief, inspirerend, schrijfbaar zijn en snel bruikbaar zijn.



| | |
|---|--|
| <p>ROL VAN DE PARTNERS/ BELANGHEBBENDEN IN DE UITVOERING</p> | <p>De basisorganisatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ publiciteit en uitnodigingen ▪ logistiek en de plaats ▪ reserveren en uitnodigen van artiesten en een lokale be- roemdheid ▪ contacteren van de lokale pers ▪ eten en drank ▪ vertaling van de flyer in lokale taal <p>De Europese partnerorganisatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ afdrukken van de flyer ▪ voorbereiding van de presentatie |
| <p>GEBRUIKTE INSTRUMENTEN</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ flyers, presentatie van het project en de uitvoerende part- ners binnen de gemeenschap ▪ een powerpoint presentatie |



| ACTIVITEIT | EEN WORKSHOP ROND ICT MET HET CRI-PROJECT EN DE ASIELWET ALS ALGEMENE ONDERWERPEN |
|--|---|
| RISICOFACTOREN (kritische succesfactoren) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Een locatie die gemakkelijk bereikbaar is en is uitgerust voor het geven van een IT-sessie (computers en internet) ▪ Een goede selectie van de deelnemers, gekozen uit de doelgroep ▪ Een interesse van de deelnemers in het thema van asiel en terugkeer ▪ Een pedagogische aanpak van de workshop |
| DOELGROEPEN | Mensen van de gemeenschap (lokaal): vanaf 18 jaar, met of zonder legale status. |
| DOELEN / OBJECTIEVEN | <ul style="list-style-type: none"> ▪ verwerving van basiskennis van IT en leren hoe het internet kan gebruikt worden als een instrument om informatie te verzamelen ▪ potentiële terugkeerders informeren over het project en zijn mogelijkheden ▪ (ex-)asielzoekers informeren over de procedures en mogelijkheden, inclusief de optie terugkeer |
| BESCHRIJVING VAN DE ACTIVITEIT : WORKSHOP | <ol style="list-style-type: none"> 1. een inleidende les over gebruik van de PC en internet 2. een praktische les, gebruikmakend van een CRI-voorbeeld, (vraag over terugkeer, actief zoeken naar het antwoord door gebruik van de website, gebruik van de helpdesk) 3. een oefening over de asielwet, gebruikmakend van de publieke informatie op het internet |
| ROL VAN DE PARTNERS/ BELANGHEBBENDEN IN DE UITVOERING | <p>De basisorganisaties:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ publiciteit maken en recruitering van de deelnemers ▪ logistiek en locatie ▪ maken van een IT-handleiding <p>De Europese partnerorganisatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ workshop facilitator ▪ voorbereiding van voorbeelden van CRI-vragen en asiel-cases |
| GEBRUIKTE INSTRUMENTEN | <ul style="list-style-type: none"> ▪ een IT-handleiding ▪ document met een aantal CRI-cases |



| | |
|---|--|
| ACTIVITEIT | EEN PERSCAMPAGNE MET DE PUBLICATIE VAN EEN INTERVIEW IN EEN TIJDSCHRIFT VAN DE (LOKALE) GEMEENSCHAP, EEN NIEUWSITEM EN EEN INTERVIEW OP DE RADIO VAN DE (LOKALE) GEMEENSCHAP |
| RISICOFACTOREN (kritische succesfactoren) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beperkt in tijd en ruimte om het project voor te stellen, zonder face-to-face-contact en dus zonder de mogelijkheid om sceptische opmerkingen te weerleggen of om op case-gerelateerde vragen te antwoorden. ▪ Voor een goede verspreiding is het vereist dat het medium is ingebed in de gemeenschap ▪ Een algemene boodschap voor iedereen tegenover een gedifferentieerde boodschap voor elke doelgroep ▪ De vertaling van de boodschap in de lokale taal moet vrij zijn van elke vorm van interpretatie |
| DOELGROEPEN | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mensen binnen de gemeenschap die beschikken over een zeer elementaire talenkennis en problemen ervaren bij uitwisselingen met andere mensen 2. Mensen binnen de gemeenschap (lokaal en nationaal): mannen en vrouwen ouder dan 18 3. Mensen buiten de doelgemeenschap: iedereen die de taal machtig is en gebruik maakt van het medium |
| DOELEN / OBJECTIEVEN | <ul style="list-style-type: none"> ▪ het CRI-project bij de mensen thuis voorstellen zonder dat ze moeten deelnemen aan een activiteit ▪ zoveel mogelijk mensen van de doelgroep bereiken om hen te informeren over hun keuzes en mogelijkheden over terugkeer ▪ verspreiding van het landenrapport op een meer toegankelijke manier (door samenvattingen ervan te maken) ▪ bekendmaking bij de doelgroepen dat organisatie X een partner is in the CRI-project. Zo kunnen ze als tussenpersoon optreden. |
| BESCHRIJVING VAN DE ACTIVITEIT : MASSA MEDIA | <ol style="list-style-type: none"> 1. een publicatie in een krant, uitgegeven door de verantwoordelijken van de gemeenschap, interviews met sleutelfiguren uit de migrantenorganisaties, informatie over de activiteiten en methodologie, gepubliceerd in de lokale taal 2. de tweemaandelijke publicatie van een elektronische nieuwsbrief, met elke keer een voorstelling van een ander hoofdstuk/thema van het landenrapport over terugkeer 3. een radio-interview met een verantwoordelijke van het CRI-project en met de voorzitter van de zelforganisatie, een presentatie van de projectactiviteiten en sommige vragen die werden ontvangen en dit tijdens een talkshow op een lokale radio (en in de lokale taal die binnen de gemeenschap wordt gesproken) |



**ROL VAN DE PARTNERS/
BELANGHEBBENDEN IN DE
UITVOERING**

De basisorganisatie:

- vertaling van de presentatie van het project in de lokale taal
- voorbereiding en uitvoering van het interview
- publicatie en verspreiding van de nieuwsbrief

De Europese partnerorganisatie:

- contacteren van en afspraken maken met de uitgever
- afdrukken van de flyer
- samenvatten van het landenrapport voor publicatie
- voorbereiding en uitvoering van het interview



| ACTIVITEIT | EEN HERDENKINGSVIERING DIE WORDT GEORGANISEERD DOOR DE KOEPELORGANISATIE VAN DE GEMEENSCHAP |
|--|---|
| RISICOFACTOREN (kritische succesfactoren) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Een locatie die gemakkelijk bereikbaar is ▪ Een locatie die zowel aangepast is voor een concert, een diner, als een discussie ▪ Goede publiciteit, nationaal ▪ De aanwezigheid van politieke persoonlijkheden die optreden als sprekers, met het risico dat deze politici gemakkelijk aangevaard worden door sommigen maar dan weer kunnen worden afgewezen door anderen |
| DOELGROEPEN | Mensen die afkomstig zijn van een bepaalde regio van het land van herkomst, van over heel Europa |
| DOELEN / OBJECTIEVEN | <ul style="list-style-type: none"> ▪ mensen informeren over het bestaan van het project en de mogelijkheden dat het project creëert voor de lokale ontwikkeling (rechtstreeks via terugkeerders of indirect door interventies van op een afstand) ▪ bekendmaking bij de doelgroepen dat organisatie X een partner is in het CRI-project. Zo kunnen ze als tussenpersoon optreden |
| BESCHRIJVING VAN DE ACTIVITEIT : NETWERK ACTIVITEITEN | <ol style="list-style-type: none"> 1. Een culturele avond met typisch eten (lokale gerechten) en concerten van lokale muzikanten. 2. Een conferentie over regionale ontwikkeling en de rol van de diaspora in het opzetten van lokale ontwikkelingsactiviteiten. 3. Een presentatie van het CRI-project en de mogelijkheid van het gebruik van deze informatie bij het opzetten van kleinschalige interventies of KMO's in het land van herkomst. |
| ROL VAN DE PARTNERS/ BELANGHEBBENDEN IN DE UITVOERING | <p>De basisorganisatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ uitnodiging van de Europese partnerorganisatie ▪ maken van een specifieke flyer voor de doelgroep <p>De Europese partnerorganisatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ afdrukken van de flyer ▪ voorbereiden van de presentatie |
| GEBRUIKTE INSTRUMENTEN | <ul style="list-style-type: none"> ▪ flyers, presentatie van het project en de uitvoerende partners binnen de gemeenschap ▪ landenrapport, samenvatting van het economische hoofdstuk en van de richtlijnen voor het opzetten van een KMO |



ANNEX I :

De selectie van potentiële partners binnen de basisorganisaties¹

Voor de selectie van potentiële partners, richten we ons op de demografie van basisorganisaties en hun toegang tot informatie, alsook hun mogelijkheden tot het vergaren van informatie en de overdracht ervan. Bovendien vertelt een analyse van de context ons ook iets over de culturele, sociale en politieke situatie in de gemeenschap. Deze informatie heeft ons geholpen om belemmeringen van het project te identificeren en aanpassingen te maken. Het heeft ons ook geholpen om beter te begrijpen wat werkt en wat niet, en welke resultaten kunnen worden bereikt en welke niet.

Een eenvoudige en doeltreffende manier om dit proces van contextanalyse te starten is het in kaart brengen van basisorganisaties door:

- identificeren van bestaande basis(actie)groepen;
- identificeren van bestaande formele, informele en potentiële leiders van de gemeenschap;
- identificeren van de noden en hiaten binnen de gemeenschap betreffende de informatie over reintegratiemogelijkheden;
- inzicht verwerven in de doelgroep populatie, dit met het doel om de geloofwaardigheid van het project binnen de gemeenschap te verhogen;
- impulsen voor projectactiviteiten creëren via input van de gemeenschap zelf

Een formele beoordeling van de sterktes, mogelijkheden, zwaktes en bedreigingen van de gemeenschap kunnen zowel tijdrovend als intensief zijn. Dit is de reden waarom we kiezen voor het uitvoeren van een meer eenvoudige beoordeling. Een organisatorische beoordeling stelt ons in staat om de interne dynamiek van zowel de gemeenschap als van de organisatie in vraag te stellen.

Onze partnerorganisatie moet in staat zijn om de bredere gemeenschap aan te spreken. Relevante selectiecriteria zijn:

- geografische dekking
- doelen en publiek
- activiteiten
- middelen (personeel, organisatorische ondersteuning, deskundigheid, communicatiemogelijkheden)

¹ Het is onrealistisch te verwachten dat aan alle voorwaarden zal voldaan worden. Zeker voor sommige gemeenschappen kan de keuze van potentiële partners beperkt zijn, te wijten aan de beperkte vertegenwoordiging van de gemeenschap in het land van verblijf. In andere gevallen kan het thema terugkeer de wil tot samenwerking belemmeren. In ieder geval is het noodzakelijk om de ene eis tegen de andere af te wegen.



- netwerking (in het land van verblijf, in Europa en in landen van oorsprong)

Indien relevant kunnen opmerkingen en opinies het beeld vervolledigen, met informatie op aanvullende vragen als:

- Wat zijn de waarden van de organisatie en hun relatie met het project?
- Hoe is de relatie van de organisatie met de officiële instellingen van de landen van oorsprong? Hoe kan deze relatie de uitvoering van de activiteiten en resultaten van het project belemmeren?
- Wat is de structuur en de grootte van de organisatie?
- Hoe beïnvloedt de leiding en de organisatorische structuur de doeltreffende manier van werken van de organisatie? Worden de voorgestelde activiteiten belemmerd of versterkt door de manier van besluitvorming?
- Wat zijn de kenmerken van het personeel en het leiderschap? Hoe worden leden aangeworven? Wat is de organisatiecultuur?

Daarnaast levert het in kaart brengen van de migrantenorganisaties, hun noden en middelen, ook waardevolle informatie met betrekking tot de projectdoelstellingen, en ook basisgegevens voor de evaluaties.



ANNEX II :

Visie op vrijwillige terugkeer

“Een ieder heeft het recht zich vrijelijk te verplaatsen en te vertoeven binnen de grenzen van elke staat. Een ieder heeft het recht welk land ook, met inbegrip van het zijne, te verlaten en naar zijn land terug te keren.”

[The Universal Declaration of Human Rights, Article 13, General Assembly of the United Nations, 1948]

“Een ieder heeft het recht op (...) om door alle middelen en ongeacht grenzen inlichtingen en denkbeelden op te sporen, te ontvangen en door te geven.”

[The Universal Declaration of Human Rights, Article 19, General Assembly of the United Nations, 1948]

Binnen het project bestaan er, naast elkaar, verschillende visies op vrijwillige terugkeer, voornamelijk met betrekking tot het gebruik van definities.¹ Maar we zijn het allemaal eens over één ding; een vrijwillige terugkeer betekent het maken van bewuste/geïnformeerde keuzes.

Onthaalprogramma's in het land van verblijf moeten een tweeledig doel hebben: asielzoekers² voorbereiden op de integratie en volledige deelname aan de samenleving in het land van verblijf (in het geval dat men wordt erkend als vluchteling of als men valt onder andere vormen van internationale bescherming), of, voorbereiden van terugkeer naar hun land van herkomst (indien hun aanvraag werd afgewezen of indien de omstandigheden in het land van herkomst veranderd zijn op zo een manier dat dit een intrekking zou betekenen van hun asielaanvraag).³

Om de mogelijkheid en de gerechtigheid van terugkeer te beoordelen moeten kandidaat-terugkeerders toegang hebben tot betrouwbare en recente informatie om zo een vrijwillige keuze te kunnen maken tussen terugkeer of verlengd verblijf. We respecteren de beslissing van onze cliënten en proberen hen

1 Het UNHCR stelt dat het principe van “vrijwilligheid” moet worden gezien in relatie tot zowel de omstandigheden in het land van oorsprong (om een geïnformeerd besluit te nemen) en de situatie in het land van asiel (zodat een vrije keuze mogelijk is).

“ ‘Voluntariness’ is more than an issue of principle. (...). The requirement of voluntariness constitutes a pragmatic and sensible approach towards finding a truly durable solution.

The issue of ‘voluntariness’ as implying an absence of any physical, psychological, or material pressure is, however, often clouded by the fact that for many refugees a decision to return is dictated by a combination of pressures due to political factors, security problems or material needs.

As a general rule, UNHCR should be convinced that the positive pull-factors in the country of origin are an overriding element in the refugees’ decision to return rather than possible push-factors in the host country (...); UNHCR, Handbook Voluntary Repatriation: International Protection, Geneva 1996, pg 10

2 Algemeen hebben migranten wier verblijfsaanvraag werd geweigerd ook toegang tot de terugkeer -en reïntegratieprogramma's en kunnen dus ook informatie krijgen via de informatieprogramma's zoals het “Country of Return Information project”.

3 Deze visie is algemeen aanvaard door de NGO's die de rechten van de asielzoekers verdedigen; waaronder the European Council On Refugees and Exiles (ECRE).



op geen enkele manier te beïnvloeden. Daarom informeren we de mensen over veiligheidsaspecten en reïntegratiemogelijkheden.

In dit verband werkt de verklaring van het UNHCR verhelderend. Het UNHCR dringt erop aan om op voorhand de situatie in het land van herkomst te beoordelen om zo na te gaan of een terugkeer kan gebeuren onder de voorwaarden van “veiligheid en waardigheid”.

We steunen de opvatting van het UNHCR dat “alleen een geïnformeerde beslissing een vrijwillige beslissing kan zijn”. Het verstrekken van adequate informatie is een noodzakelijke voorwaarde om te verzekeren dat de terugkeer plaats vindt op een vrijwillige basis en met de volledige instemming van de individuen.¹

Succesvolle reïntegratie in het land van herkomst is een sleutelfactor om de duurzaamheid van de terugkeer te verzekeren. Om de mogelijkheid tot succes te verhogen is goede en praktische informatie vooraf onontbeerlijk. Dergelijke informatie is vaak niet te vinden in het publieke domein. Om de kwaliteit van de informatie te garanderen, is het noodzakelijk samen te werken met lokale partners.

¹ Cfr.: ECRE “*Information should cover whether or not conditions for safe and sustainable return are in place in the country of origin and the rights are guaranteed there (...). Such information should be impartial, independently corroborated, evidence based, and open to public scrutiny.*”; Position on return by the European Council on Refugees and Exiles (ECRE), 2003, <http://www.ecre.org/files/returns.pdf>. Dit document heeft de visies verzameld van zijn ledenorganisaties, bestaande uit 74 NGO's die vluchtelingen ondersteunen in 31 Europese landen.



ANNEX III : projectfiche

Periode en begindatum

Start: 01.01.2008

Duur: 18 maanden

Samenvatting

Wij bieden informatie aan over terugkeerlanden en over terugkeermogelijkheden aan potentiële terugkeerders, hun adviseurs, maatschappelijk werkers en migrantengemeenschappen. Deze informatie kan gebruikt worden voor counselling rond terugkeer alsook voor de voorbereiding van terugkeer.

Het project verzamelt informatie over toegang tot het grondgebied, persoonlijke veiligheid, reïntegratiemogelijkheden, accommodatie en huisvesting, werkgelegenheid, sociale zekerheid, gezondheidszorg, onderwijs, enz. Hiervoor bouwen we een netwerk op van lokale partners die worden getraind. Zij geven geïndividualiseerde informatie die bruikbaar is wanneer een terugkeer wordt voorbereid.

De dienst die we aanbieden is drievoudig:

1. We runnen een informatiedesk waar potentiële terugkeerders of hun assistenten terecht kunnen met specifieke en geïndividualiseerde vragen, om op die manier een beslissing te kunnen nemen in verband met terugkeer of de voorbereiding ervan. Speciale aandacht gaat hierbij naar kwetsbare groepen. We zullen altijd proberen een adequaat antwoord te vinden, in eerste instantie aan de hand van deskonderzoek. Als het resultaat niet bevredigend blijkt te zijn, wordt de

vraag doorgegeven aan onze lokale partner.

2. We voorzien in landenfiches met algemene informatie rond “dingen die je zou moeten weten over...” de 19 doellanden van ons project. Deze fiches zijn gedocumenteerd door internationale rapporten en kunnen worden geraadpleegd op www.ecoi.net.
3. We trainen lokale partners in onderzoeksmethoden, om te verzekeren dat de gegeven informatie voldoet aan hoge kwaliteitsstandaarden.

We leiden ook migrantenorganisaties op binnen de operationele Europese landen, opdat zij een actieve partner worden in het verspreiden van informatie over de terugkeermogelijkheden. Dit ook om een brug te vormen tussen de begeleiders (adviseurs) en de terugkeerder. Omdat deze empowerment een belangrijk deel is van ons project, zullen we een handboek ontwikkelen, waarin zowel de methodiek, goede praktijkvoorbeelden als onze visie over vrijwillige terugkeer aan bod zal komen.

Specifieke doelen

1. aanpassen van het algemene beeld dat de migranten hebben over terugkeer. Terugkeer wordt over het algemeen beschouwd als een falen
2. opleiden van migrantenorganisaties in het verzamelen en de overdracht van terugkeerinformatie, dit om potentiële terugkeerders te

informereren over de reïntegratiemogelijkheden

3. actief verspreiden van specifieke landeninformatie om zo de counsellors en sociaal assistenten te helpen bij hun begeleiding rond terugkeer
4. het ontwikkelen en versterken van een operationeel netwerk rond het verzamelen van informatie over de geselecteerde landen van terugkeer
5. overdragen van de aangepaste methodologie die wordt gebruikt door andere organismen/ instellingen/ migrantenorganisaties
6. het verzamelen en het beschikbaar stellen van specifieke COI over terugkeer, met de focus op gespecialiseerde informatie over kwetsbare groepen

Partners

Leiding en Coördinatie: Vluchtelingenwerk Vlaanderen vzw

6 Europese organisaties verzamelen informatie over de geselecteerde terugkeerlanden, en dit in samenwerking met lokale partners. Deze lokale partners zullen voorzien in gedetailleerde en correcte informatie over de terugkeermodaliteiten.

- Asociación Comisión Católica Española de Migración (ACCEM): Marokko, Bolivia, Argentinië
- Caritas Belgium: Armenië, Georgië, Servië en Montenegro



- Consiglio Italiano Per I Rifugiati (CIR): Kameroen, Ghana and Egypte
- Coordination et Initiatives pour les Réfugiés et Étrangers (CIRE): Ecuador, Algerije, Democratische Republiek Congo
- Danish Refugee Council: Macedonië, Kosovo, Bosnië-Herzegovina
- Vluchtelingenwerk Vlaanderen vzw: Rusland, Albanië and Guinee

Contact

België

Flemish Refugee Action (Vluchtelingenwerk Vlaanderen)
Gaucheretstraat, 164
B- 1030 Brussels
www.vluchtelingenwerk.be

Caritas Belgium
Liefdadigheidstraat, 43
B- 1210 Brussels
www.caritas-int.be

Coordination et Initiatives pour les Réfugiés et Étrangers (CIRE)
Rue du Vivier, 80
B- 1050 Brussels
www.cire.be/

Denemarken

Danish Refugee Council (Dansk Flygtningehjælp)
Borgergade, 10, 3rd floor
DK- 1300 København K

Italië

Italian Refugee Council (Consiglio Italiano Per I Rifugiati - CIR)
Via del Velabro 5/A
IT- 00186 Roma
www.cir-onlus.org

Spanje

Asociación Comisión Católica Española de Migración (ACCEM)
Plaza Santa María Soledad Torres Acosta, 2
ESP- 28004 Madrid
www.accem.es

redactie: Henau Stephan

layout: Dierckx Reginald

verantwoordelijke uitgever: De Gryse Pieter, Vluchtelingenwerk Vlaanderen, Gaucheretstraat 164, 1030 Brussel

The Country of Return Information Project receives funding from the European Community.

The European Commission is not responsible for any use that may be made of the above information. Sole responsibility for its content lays with the author.

