

ADVIESRAPPORT VOOR HET ACTIEPROGRAMMA 'SAMEN TEGEN MENSENHANDEL'

**KLANT
KENMERK
VERSIE
AUTEURS
DATUM**

Coördinatiecentrum tegen Mensenhandel (CoMensha)
MH/sb/004249
1.0
Laurien van Eil, Merel Huisman, Wouter Jongebreur en Elis Maat
28 februari 2025

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Achtergrond en aanleiding	4
1.2	Doelstelling	5
1.3	Plan van aanpak	5
1.4	Leeswijzer	6
2	Overzicht bestaande bewustwordingscampagnes	7
2.1	In de afgelopen vijf jaar (2020-2024) zijn er in Nederland 54 campagnes over mensenhandel opgezet	7
2.2	De campagnes richten zich op alle vormen van mensenhandel	8
2.3	De doelgroepen waar campagnes zich op richten zijn met name burgers en uitvoeringsprofessionals	9
2.4	Campagnes worden te allen tijde gevoerd om bewustwording te vergroten	10
2.5	Slechts 36% van de respondenten heeft een beeld van of bij de resultaten van de campagne	11
2.6	Landelijke en regionale campagnes versterken elkaar en zijn allebei nodig om bewustwording te vergroten	13
3	Overzicht meldpunten en kenniscentra	15
3.1	In Nederland zijn er 95 meldpunten voor mensenhandel	15
3.2	De meeste meldingen worden gedaan door professionals via de mail en telefoon	16
3.3	De opvolging van een melding bestaat uit het beoordelen en doorsturen van de melding en het organiseren van hulp voor het slachtoffer	16
3.4	Een landelijk meldpunt kan knelpunten in de meldroute verhelpen	17
3.5	In Nederland zijn er 39 kenniscentra voor mensenhandel	19
3.6	De meeste kenniscentra hebben als doel om andere organisaties in de keten te ondersteunen bij het maken van beleid ten aanzien van mensenhandel	20
3.7	De kenniscentra richten zich vaak op uitvoeringsprofessionals en beleidsmedewerkers en bieden kennis aan via trainingen of hun website	20
3.8	De meeste meldpunten en kenniscentra zijn breed georiënteerd en richten zich op alle vormen van mensenhandel	21
4	Conclusies en aanbevelingen	22
4.1	Bewustwordingscampagnes	22
4.2	Meldpunten en kenniscentra	23
4.3	Knelpunten	23
4.4	Aanbevelingen voor de toekomst	24
A.	Onderzoeksverantwoording	26
A.1	Typologie	26
A.2	Online search	27
A.3	Enquête onder betrokken partijen	27
A.4	Aanvullende interviews en bijeenkomsten	27

B.	Resultaten online search	28
B.1	Bewustwordingscampagnes gevonden tijdens de online zoektocht	28
B.2	Overige bewustwordingscampagnes genoemd door respondenten van de enquête	33
B.3	Meldpunten en kenniscentra	35
C.	Enquête	55
C.1	Introductie	55
C.2	Algemene informatie	55
C.3	Meldpunten voor mensenhandel	56
C.4	Bewustwordingscampagnes	57
C.5	Afsluitende vragen	60

1 Inleiding

1.1 Achtergrond en aanleiding

Mensenhandel is een ernstig misdrijf dat veel schade veroorzaakt bij slachtoffers en een ontwrichtend effect heeft op de samenleving. Verschillende organisaties houden zich bezig met het tegengaan van mensenhandel in Nederland, door slachtoffers op te vangen, bewustwording te vergroten, kennis te delen of door open te staan voor signalen van (vermoedens van) mensenhandel. Toch blijven slachtoffers van mensenhandel vaak onzichtbaar. Dit komt bijvoorbeeld doordat niet iedereen weet welke signalen erop kunnen duiden dat iemand slachtoffer is van mensenhandel.

Er zijn verschillende vormen van mensenhandel, namelijk: seksuele uitbuiting, arbeidsuitbuiting, criminele uitbuiting en gedwongen orgaanverwijdering.

- a. Bij **seksuele uitbuiting** wordt iemand gedwongen seksuele diensten te verlenen tegen betaling in de vorm van geld of van andere vergoedingen. Iedereen, ongeacht zijn of haar juridische status, kan slachtoffer zijn van seksuele uitbuiting. Het overgrote deel van de geregistreerde slachtoffers van deze vorm van uitbuiting is vrouw.
- b. We spreken van **arbeidsuitbuiting** als men, ongeacht zijn of haar juridische status, gedwongen arbeid of diensten verlenen buiten de seksuele uitbuiting. Slachtoffers worden gedwongen om in vaak erbarmelijke omstandigheden en tegen geen of weinig salaris te werken. Arbeidsuitbuiting is meer dan slecht werkgeverschap. Het gaat om een combinatie van ernstige, vaak mensonwaardige situaties op de werkvloer, waarbij vaak sprake is van dwang, geweld, chantage, fraude en misleiding.
- c. Slachtoffers van **criminele uitbuiting** worden gedwongen tot het plegen van criminele activiteiten, zoals zakkenrollerij, diefstal en drugsgerelateerde misdrijven. Daarnaast omvat criminele uitbuiting ook het onder dwang ronselen van nieuwe slachtoffers voor criminele uitbuiting of andere vormen van mensenhandel.
- d. Bij **gedwongen orgaanverwijdering** gaat het om elke handeling waardoor iemand wordt gedwongen om zijn of haar orgaan af te staan.

Het Actieplan programma Samen tegen Mensenhandel is in 2018 door verschillende ministeries opgezet in samenwerking met partners in het zorgdomein, sociaal domein en veiligheidsdomein. Het is erop gericht om mensenhandel te voorkomen, door slachtoffers beter te signaleren en helpen en door daders beter aan te pakken. In 2023 is het actieplan vernieuwd waarbij een zestal actielijnen zijn gedefinieerd. Naar aanleiding van de Tweede Kamer debatten is het actieplan aangescherpt en is er een actielijn over minderjarigen toegevoegd. Deze rapportage richt zich op twee actielijnen, namelijk het creëren van brede bewustwording (actielijn 1) en het vergroten van de meldingsbereidheid (actielijn 2).

- a. **Actielijn 1** richt zich erop om meer burgers, potentiële slachtoffers en professionals bewust te maken van wat mensenhandel is, zodat zij weten dat het plaatsvindt in Nederland en een handelingsperspectief hebben. Onderdeel van deze actielijn is het inventariseren van bestaande bewustwordingscampagnes en de effectiviteit daarvan.
- b. **Actielijn 2** heeft als doel om een centraal informatiepunt op te zetten, waar burgers, slachtoffers en professionals laagdrempelig toegang hebben tot informatie en doorverwijzing naar het juiste loket voor aangifte, hulp of opvang. Onderdeel van deze actielijn is het samenstellen van een overzicht van meldpunten en kenniscentra voor mensenhandel in Nederland.

1.2 Doelstelling

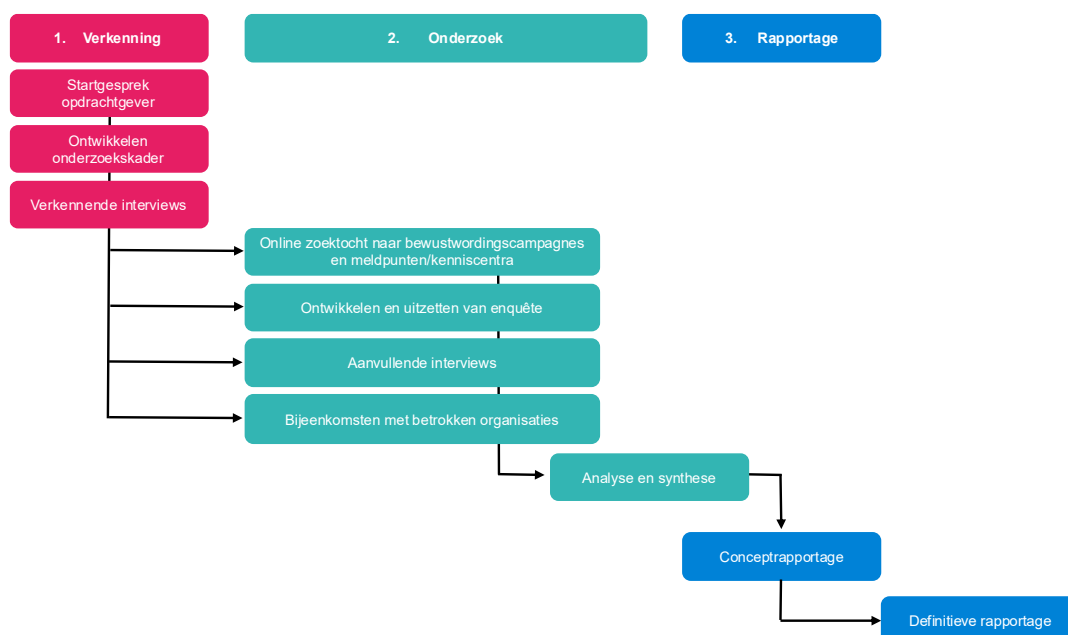
Het landelijk coördinatiecentrum tegen mensenhandel (hierna CoMensha) is bij vrijwel alle actielijnen betrokken en heeft Significant Public gevraagd voor de uitvoering van de inventarisatie van bewustwordingscampagnes en meldpunten of kenniscentra. De doelstelling van dit onderzoek is daarmee tweeledig, namelijk:

- a. Een overzicht samenstellen van bestaande bewustwordingscampagnes om doelgroepen bewust te maken van (aspecten van) mensenhandel en daarnaast de effectiviteit van bewustwordingscampagnes inzichtelijk te maken.
- b. Een overzicht samenstellen van meldpunten en/of kenniscentra van mensenhandel in Nederland.

Dit onderzoek moet in kaart brengen wat de effectiviteit is van bewustwordingscampagnes rondom mensenhandel, om beter onderzoek te kunnen verrichten naar een eventuele toename in het aantal signalen en meldingen van mensenhandel. Daarnaast zijn bestaande kenniscentra en meldpunten momenteel sterk versnipperd, waardoor het voor burgers, slachtoffers, uitvoeringsprofessionals en beleidsmedewerkers vaak onduidelijk is waar zij informatie kunnen vinden en waar zij vermoedens van mensenhandel kunnen melden. Het doel is om hier een inventarisatie van te maken, zodat er een duidelijker beeld ontstaat van de betrokken organisaties.

1.3 Plan van aanpak

figuur 1 geeft een visuele weergave weer van de aanpak van het onderzoek. Het onderzoek vond plaats van augustus 2024 tot en met januari 2025 en bestond uit drie fasen: verkenningsfase, onderzoeksfase en rapportage. In de verkennende fase voerden we vijf verkennende interviews en ontwikkelden het onderzoekskader. Vervolgens deden we een gestructureerde online zoektocht naar meldpunten, kenniscentra en bewustwordingscampagnes (zie bijlage B voor resultaten). Hierna ontwikkelden we een enquête (zie bijlage C) die we verstuurden naar 154 organisaties vanuit de online zoektocht. De enquête is ingevuld door 68 organisaties, waarvan 55 de enquête volledig hebben ingevuld. Dit waren 16 welzijnsorganisaties, 14 gemeenten, 13 zorg- en veiligheidshuizen, 11 organisaties uit de justitie en veiligheidsketen, 7 RIEC's, 2 locaties van Veilig Thuis en 5 overige organisaties. Voor de complete onderzoeksverantwoording verwijzen we naar bijlage A.



Figuur 1. Visuele weergave van de aanpak van het onderzoek

1.4 Leeswijzer

Voor het vervolg van dit rapport hanteren we de volgende hoofdstukindeling:

- a. Hoofdstuk 2: in dit hoofdstuk geven we een overzicht van de bestaande bewustwordingscampagnes gericht op mensenhandel in de afgelopen vijf jaar (2019-2024);
- b. Hoofdstuk 3: in dit hoofdstuk gaan we in op alle meldpunten en kenniscentra gericht op mensenhandel in Nederland;
- c. Hoofdstuk 4: in dit hoofdstuk trekken we tot slot een aantal overkoepelende conclusies, op basis van voorgaande hoofdstukken.
- d. Bijlagen: A: onderzoeksverantwoording, B: resultaten online zoektocht; C: enquête.

2 Overzicht bestaande bewustwordingscampagnes

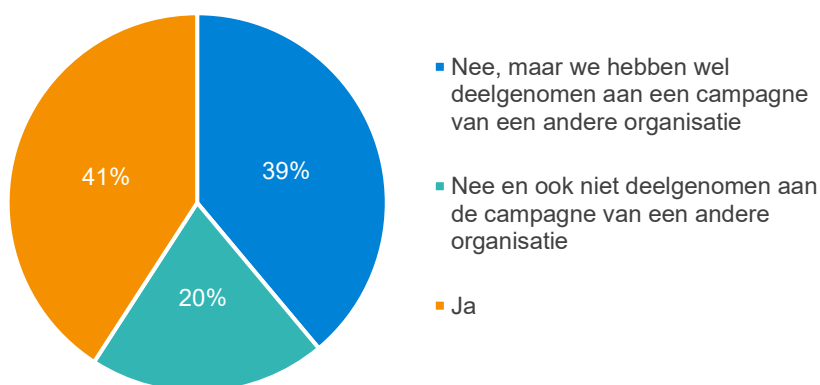
Onderdeel van actielijn 1 (creëren van brede bewustwording) is het inventariseren van bestaande bewustwordingscampagnes en het bezien van de resultaten van deze campagnes¹. Een resultaat of effect van een campagne kan zijn een mogelijke toename van signalen en meldingen van mensenhandel. Het doel van deze actie is een overzicht creëren van bestaande campagnes om doelgroepen bewust te maken van (aspecten van) mensenhandel en de resultaten van deze campagnes.

2.1 In de afgelopen vijf jaar (2020-2024) zijn er in Nederland 54 campagnes over mensenhandel opgezet

Tijdens de online zoektocht hebben we 31 campagnes gevonden. De enquête heeft 21 andere campagnes opgeleverd en tot slot zijn in de verdiepende interviews ook nog twee extra campagnes genoemd. In totaal hebben we 54 campagnes gevonden die in de afgelopen vijf jaar in Nederland zijn opgezet.

Figuur 2 toont dat 26 (41%) van de enquêterespondenten één of meerdere campagnes over mensenhandel hebben opgezet. Daarnaast zijn er nog 25 respondenten (39%) die aangaven niet zelf een campagne te hebben opgezet, maar wel deelnamen aan die van een andere organisatie. Dertien respondenten (20%) gaven aan geen campagne te hebben opgezet en ook niet te hebben deelgenomen aan een campagne van een andere organisatie. We hebben respondenten gevraagd naar de naam van de campagnes. De campagne 'onze ogen open voor mensenhandel' wordt door meerdere respondenten genoemd en daarnaast geven meerdere respondenten aan een campagne te hebben opgezet of aan een campagne te hebben deelgenomen tijdens de week van mensenhandel. Van de campagnes die we tijdens de online zoektocht hebben gevonden, is 42% (n=31) opgezet door een samenwerking van meerdere partijen.

Heeft jouw organisatie een campagne opgezet?



Figuur 2. Organisaties die campagnes hebben opgezet

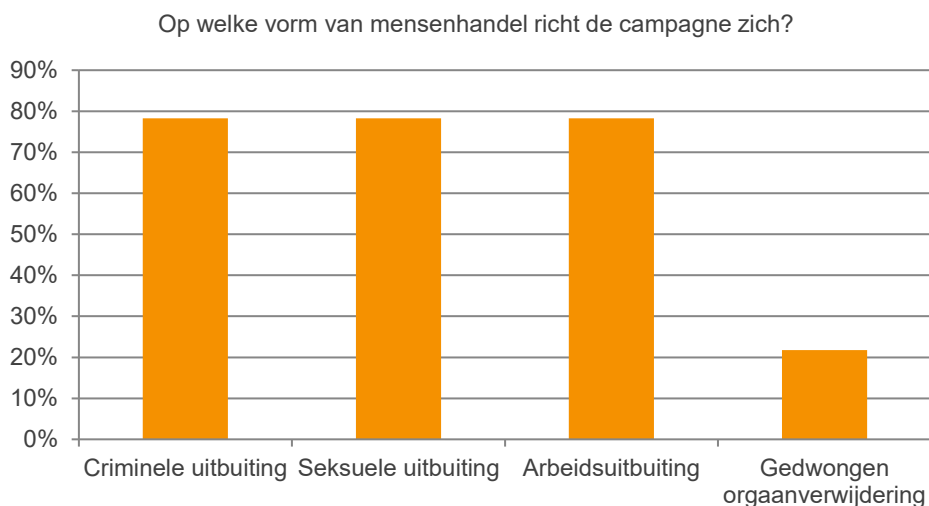
¹ Wanneer we in dit onderzoek spreken van 'campagne', dan gaat het over een bewustwordingscampagne.

De respondenten die in de afgelopen vijf jaar een campagne hebben opgezet, hebben we hierover vervolgens enkele vragen gesteld. Het merendeel van de respondenten (n=12) heeft één campagne opgezet, zes respondenten hebben twee campagnes opgezet en tien respondenten hebben er meer dan twee opgezet. Hierbij is de verdeling tussen landelijke en regionale campagnes nagenoeg gelijk.

De organisaties die we spraken tijdens de interviews en bijeenkomsten geven aan dat een campagne vaak niet op zichzelf staat. Eén respondent stelt bijvoorbeeld dat een losse campagne niet gauw overtuigt om over te gaan tot handelen. Organisaties geven aan campagnes te gebruiken tijdens een training of voorlichting om het gesprek te starten. Daarnaast denken organisaties na of een campagne binnen hun bredere communicatiestrategie past en monitoren ze of ze genoeg capaciteit hebben om de eventuele toename in meldingen op te kunnen volgen. Wanneer iemand belt, moet de telefoon worden opgenomen en wanneer het slachtoffer hulp nodig heeft, moeten daar mensen voor klaar staan. Het voeren van campagne creëert verwachtingen bij de doelgroep. Als deze verwachtingen niet worden nagekomen, meldt de persoon in kwestie een volgende keer misschien niet nog eens. Dit willen de organisaties voorkomen.

2.2 De campagnes richten zich op alle vormen van mensenhandel

De enquêteresultaten laten zien dat de verdeling van de campagnes over de vormen van mensenhandel gelijk is. Vermoedelijk richtten de campagnes waarover respondenten de enquête hebben ingevuld zich op mensenhandel in het algemeen, in plaats van op één specifieke vorm van mensenhandel. Hierbij richten campagnes zich met name op criminele uitbuiting, seksuele uitbuiting en arbeidsuitbuiting (78%) (zie Figuur 3). 22% van de campagnes is gericht op gedwongen orgaanverwijdering.



Figuur 3. Campagnes en vormen van mensenhandel

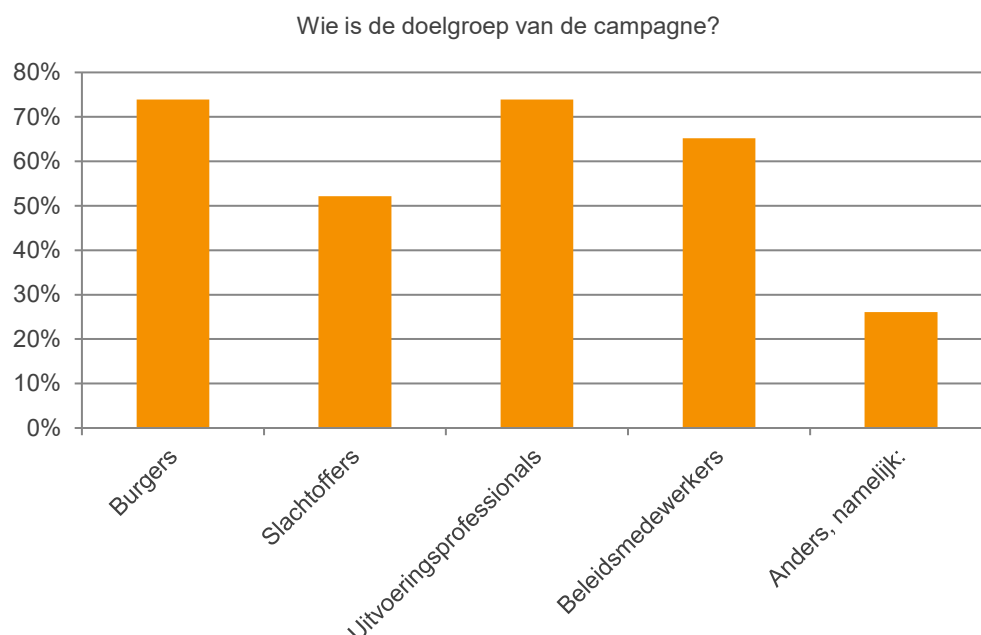
Opvallend is dat de resultaten van de online zoektocht een ander beeld geven van de vormen van mensenhandel waar campagnes zich op richten. De campagnes die we tijdens de online zoektocht hebben gevonden richten zich voor 35% op mensenhandel in het algemeen. 29% gaat specifiek over seksuele uitbuiting, 19% alleen over arbeidsuitbuiting en 6% alleen op criminele uitbuiting. Daarnaast richten twee campagnes (6%) zich op criminele én seksuele uitbuiting en één campagne (3%) op arbeidsuitbuiting én seksuele uitbuiting. Het verschil tussen de enquêteresultaten en de resultaten van de online zoektocht kan deels worden verklaard doordat er in de enquête een aantal campagnes door meerdere respondenten wordt genoemd. Die campagnes hebben een algemeen karakter.

Het is niet verwonderlijk dat campagnes die zich op een specifieke vorm van uitbuiting richten, minder breed door verschillende organisaties gedeeld worden.

2.3 De doelgroepen waar campagnes zich op richten zijn met name burgers en uitvoeringsprofessionals

Daarnaast hebben we in de enquête uitgevraagd op welke doelgroep de campagnes zich richten (zie Figuur 4). Hierbij worden burgers en uitvoeringsprofessionals² het vaakst genoemd, beiden 74%. In mindere mate richten campagnes zich ook op beleidsmedewerkers (65%) en slachtoffers (52%). Daarnaast geven respondenten aan dat 26% van de campagnes waarover de enquête is ingevuld is gericht op een andere doelgroep, waarbij onder andere de volgende doelgroepen benoemd worden:

- a. Jongeren;
- b. Gemeentelijke toezichthouders;
- c. Ketenpartners;
- d. Consumenten.



Figuur 4. Doelgroepen van campagnes

Ook onze online zoektocht laat zien dat de meeste campagnes gericht zijn op burgers (42%) en op professionals (20%). Verder richten campagnes zich op jongeren (14%), consumenten (12%), ongedocumenteerde mensen (6%) en ouders en politici (beide 3%). Op bepaalde doelgroepen zijn vaker campagnes met een specifieke vorm van uitbuiting gericht. Campagnes gericht op jongeren gaan meestal over seksuele en criminele uitbuiting, campagnes gericht op consumenten gaan over seksuele of arbeidsuitbuiting en campagnes gericht op ongedocumenteerde mensen gaan meestal over arbeidsuitbuiting. Jongeren en ongedocumenteerde mensen zijn kwetsbaarder voor deze vormen van uitbuiting dan andere doelgroepen. Consumenten worden in dergelijke campagnes gewaarschuwd voor

² Hieronder kunnen verscheidende professionals vallen die tijdens hun werk met mensenhandel in aanraking kunnen komen, zoals de professionals die werkzaam zijn bij ketenpartners, in de zorg, of in het onderwijs.

het afnemen van diensten of kopen van producten die dankzij uitbuiting tot stand zijn gekomen. Vergelijkbare combinaties van vormen van mensenhandel en doelgroepen zien we ook bij meldpunten en kenniscentra.

CoMensha gaf tijdens de verkennende interviews aan dat bepaalde doelgroepen extra belangrijk zijn voor campagnes, namelijk eerstelijns professionals zoals docenten of dansleraars/-leraressen. Dit beeld wordt bevestigd in de interviews en bijeenkomsten. Zo vertelt een geïnterviewde organisatie dat zij bewust omstanders als doelgroep voor hun campagne hebben gekozen, omdat de directe slachtoffers moeilijk te bereiken zijn. Een andere organisatie bepaalde juist de doelgroep van een campagne door te kijken welke doelgroep ze tijdens een vorige campagne minder goed bereikten.

2.4 Campagnes worden te allen tijde gevoerd om bewustwording te vergroten

Alle enquêterespondenten (n=23) geven aan dat campagnes worden gevoerd met als doel om de bewustwording rondom mensenhandel te vergroten. Daarnaast worden campagnes met name opgezet om meldingen te stimuleren (82%) en gedragsverandering te bevorderen (61%). Slechts bij één respondent werd er campagne gevoerd om geld in te zamelen. Tijdens de groepsbijeenkomst beschrijven deelnemers het creëren van bewustwording als volgt: mensen anders laten nadenken over wat ze zien en meemaken. Een voorbeeld hiervan is om mensen zelf een casus te laten beleven waarbij ingespeeld wordt op het gevoel en het gesprek wordt aangegaan. Inspelen op gevoel is extra belangrijk volgens één van de respondenten, omdat het signaleren van mensenhandel vaak via een onderbuikgevoel gaat. De sekskoffer is hier een voorbeeld van: dit is een bewustwordingscampagne in de vorm van een fysieke koffer, waarin een hotelkamer te zien is met signalen van seksuele uitbuiting. Mensen gaan zelf of in gesprek op zoek naar de signalen.

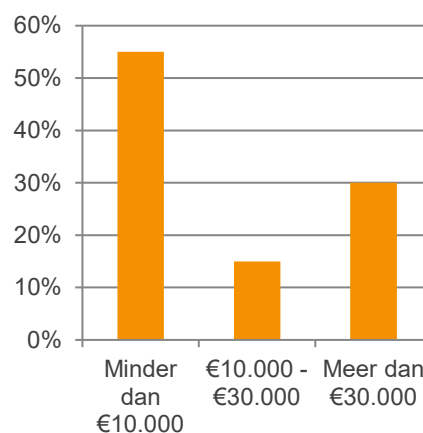
Geïnterviewden merken op dat campagnes moeten bijdragen aan de bewustwording rondom mensenhandel en daarnaast handelingsperspectief moeten bieden. De aansluiting van de campagne op het dagelijks leven van de doelgroep is essentieel volgens respondenten. De campagne 'onzichtbaar maar waar' is hier een mooi voorbeeld van. Deze campagne richt zich op jongeren en is verspreid via socialmediakanalen waar jongeren actief zijn, zoals TikTok en Snapchat. Tot slot zijn er in de videobeelden Whatsapp-berichten gebruikt om goed aan te sluiten bij de leefwereld van jongeren. Aansluiten bij de leefwereld van de doelgroep kan ook middels de inzet van ervaringsdeskundigen. De verhalen van ervaringsdeskundigen zorgen voor herkenning en authenticiteit. Als een campagne stereotyperend is, bijvoorbeeld door een beeld te schetsen van gevangenen en kettingen, herkennen jongeren zich hier niet in.

De campagnes worden zowel online als fysiek ingezet. Fysieke campagnes bestaan met name uit het ophangen van posters en het geven van voorlichtingen of trainingen aan specifieke doelgroepen. Onderdeel van een voorlichting of training kan ook nog een studiepakket of toolkit zijn. Online campagnes bestaan zowel uit tekst als uit videomateriaal en worden bijvoorbeeld verspreid via sociale media zoals Instagram, Facebook, YouTube et cetera. CoMensha geeft aan ook fysieke campagnes te hebben georganiseerd in de vorm van een escaperoom, waarbij na afloop gesprekken gevoerd zijn om de bewustwording te vergroten.

Vervolgens hebben we de kosten van een campagne uitgevraagd in de enquête (zie Figuur 5). De meeste campagnes (55%) kosten minder dan € 10.000. 15% van de campagnes hebben meer gekost, namelijk tussen de € 10.000 en € 30.000. Tot slot hebben zes campagnes (30%) meer dan € 30.000 gekost. Tijdens de interviews vertelden respondenten dat de kosten erg afhankelijk zijn van de vorm van de campagne. Hieronder een aantal voorbeelden:

- De sekskoffer kostte ongeveer € 150;
- Borden met posters langs de weg kostten voor twee weken tussen de € 20.000 en € 25.000;
- Betaalde advertenties in combinatie met het inhuren van een reclamebureau voor het opzetten van de advertenties kostten ongeveer € 8.000.

Wat zijn (ongeveer) de kosten van de campagne?

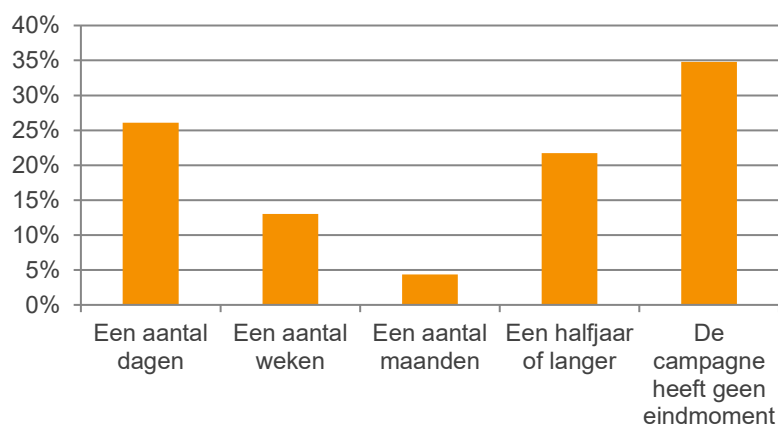


Figuur 5. Kosten van een campagne

Tot slot hebben respondenten aangegeven wat de looptijd is van een campagne, zie Figuur 6. De looptijd verschilt:

35% van de campagnes heeft geen eindmoment en is daarmee een langdurig lopende campagne. Bij 26% van de campagnes is gekozen voor een looptijd van een aantal dagen, bij 22% voor een halfjaar of langer en in 13% van campagnes een aantal weken.

Wat is de looptijd van de campagne?



Figuur 6. Looptijd van een campagne

2.5 Slechts 36% van de respondenten heeft een beeld van of bij de resultaten van de campagne

Slechts vijf respondenten (36%) deden onderzoek naar de resultaten van de campagne of hebben hier een beeld bij. We hebben de respondenten gevraagd op wat voor manier de campagne resultaat heeft behaald of effect heeft gehad. Hieruit komen verschillende resultaten naar voren:

- Eén van de respondenten heeft een evaluatie uitgevoerd naar het bereik van de doelgroep van de campagne en concludeert dat 31% van de totale doelgroep is bereikt, namelijk mannen tussen de 18 en 65 jaar.
- Een andere respondent concludeert dat de campagne meer inzicht heeft opgeleverd in criminele uitbuiting onder burgers en dus mogelijke slachtoffers.
- Tot slot heeft een van de respondenten een effectmeting uitgevoerd naar de trainingen die zij geven aan docenten en de lespakketten die zij uitreiken aan scholen. De effectmeting toonde aan dat

deelnemers aan de training vaker slachtoffers herkennen en vaker preventief aandacht besteden aan mensenhandel in de klas. Tevens hadden scholen na afloop van de training vaker een meldroute.

De overige respondenten hebben niet aangegeven op welke manier de campagne resultaat heeft gehad.

Daarnaast hebben we de respondenten specifiek gevraagd naar inzicht in het bereik van de campagne. Slechts vier respondenten hebben een beeld bij het bereik van hun campagne, waarvan twee respondenten hun campagne ook hebben geëvalueerd.

De eerste respondent zette een campagne op van 29 december 2021 tot 31 januari 2022. De campagne bestond uit een video en carrousel-advertentie via Facebook en Instagram, een online video, een online display én een search engine advertising³. Hieronder zijn enkele resultaten weergegeven van de evaluatie:

- a. Via Facebook en Instagram had de campagne een bereik van 10.447.635 impressies, waarvan de video's 391.753 keer volledig zijn bekeken. De campagne heeft over het algemeen een goede balans gehad in bereik over alle leeftijdscategorieën tussen 18 en 64 jaar oud met een piek bij de leeftijdscategorie tussen 25 en 34 jaar oud. Tot slot worden de videoadvertenties beter onthouden door kijkers dan de carrousel-advertenties, waardoor het advies gegeven wordt om aan eventuele vervolgcampagnes meer videovariaties toe te voegen.
- b. De online video had een bereik van 1.291.050 impressies en is 776.997 keer volledig bekeken. Standaard video's scoorden tijdens deze campagne beter dan de interactieve video's, waardoor het advies gegeven wordt om meer gebruik te maken van bewegend beeld en daarnaast de boodschap aan het begin van de video gelijk in beeld te brengen.
- c. Het online display had een bereik van 2.592.351 impressies, waarbij display-advertenties op seksfora langer scoorden dan advertenties op nieuwstittels.
- d. Tot slot heeft de search engine advertising een bereik gehad van 23.356 impressies. De zoekwoorden die voor de meeste clicks hebben gezorgd zijn: 'parenclub', 'sexclub', 'hoeren kopen' en 'sexjobs'.

De tweede campagne waarover resultaten bekend zijn, was ook een online campagne via een website en via Instagram. Het bereik via de website is onbekend maar op Instagram is de campagne 442 keer bekeken. De derde campagne is een training die aan 700 docenten is gegeven en daarnaast hebben de lespakketten circa 15.000 scholieren bereikt.

Tot slot heeft het kenniscentrum Mensenhandel Twente hun campagne 'onzichtbaar maar waar' geëvalueerd. Deze campagne moet het onzichtbare zichtbaar maken bij de jongere in Twente in de leeftijdscategorie van 13 tot en met 24 jaar. Hoe herken je slachtoffers, daders en signalen? Waar kunnen ze terecht voor hulp? Hierbij is het doel bewustwording creëren voor seksuele uitbuiting en criminele uitbuiting. Er zijn meerdere videoadvertenties uitgezet via snapchat en TikTok in de periode van 5 tot 24 december 2023. Alle videoadvertenties op Snapchat zijn tussen de 450.000 en 940.000 keer weergegeven waarbij de video van seksuele uitbuiting op Snapchat de meeste weergaven opgeleverd heeft, het hoogste bereik had en de meeste clicks naar de landingspagina <https://mensenhandeltwente.nl/onzichtbaarmaarwaar/>. De video over criminele uitbuiting op Snapchat scoorde het beste onder vrouwen tussen de 13 en 17 jaar. Op TikTok heeft de video criminele uitbuiting het beste gepresteerd onder mannen tussen de 18 en 24 jaar. Daarnaast is geconcludeerd dat op TikTok-gebruikers minder snel getriggerd zijn om te klikken naar de landingspagina. Uit het evaluatierapport blijkt ook dat het aantal gebruikers met 4,6% is gestegen is naar ruim 18.000 bezoekers. Er wordt tot slot geconcludeerd dat socialmediakanalen de meest effectieve kanalen blijven om de jongere doelgroep te

³ Hierbij krijgen mensen als één van de resultaten op hun zoekopdracht in een zoekmachine een betaalde advertentie te zien.

bereiken, vooral voor het creëren van bewustwording over maatschappelijke onderwerpen. CoMensha sluit zich aan bij deze conclusie.

80% van de respondenten die inzicht hebben in de resultaten van de campagne geven aan dat zowel de kennis over mensenhandel als de bewustwording van signalen van mensenhandel is toegenomen naar aanleiding van de campagne. Hierbij geeft één respondent aan niet te weten of de kennis is toegenomen. Mogelijk omdat dit niet is meegenomen in de evaluatie. 60% van de respondenten die inzicht hebben in de resultaten van de campagne geeft aan dat de bekendheid van het meldpunt is toegenomen naar aanleiding van de campagne. Eén respondent geeft aan dat dit niet het geval is geweest en de laatste respondent geeft aan dit niet te weten.

De daadwerkelijke impact van een campagne is moeilijk te meten. Wel zijn bepaalde resultaten soms zichtbaar: het bereik van een campagne op sociale media is bijvoorbeeld zichtbaar door te kijken naar het aantal keer dat iemand op een advertentie heeft geklikt of een filmpje heeft uitgekeken. Ook horen we van meerdere respondenten in de interviews en de groepsbijeenkomst dat mensen tijdens hun campagne vaker contact opnemen. Een relatief jonge organisatie vertelt bijvoorbeeld dat het thema 'mensenhandel' in de afgelopen jaren meer is gaan leven in de regio. Dit merken zij aan bestuurders die het onderwerp steeds meer als belangrijk zijn gaan zien, en aan burgers die vaker reacties plaatsen onder posts op sociale media.

2.6 Landelijke en regionale campagnes versterken elkaar en zijn allebei nodig om bewustwording te vergroten

Het is van belang dat er een goede balans bestaat tussen het voeren van regionale campagne en landelijke campagne, horen we tijdens de interviews en groepsbijeenkomst. Organisaties die regionale campagnes voeren, vertellen dat zij dit niet zouden willen overlaten aan een landelijke organisatie, omdat zij hun campagnes aan laten sluiten op de bevolkingsgroepen binnen hun regio. Ook vinden ze het belangrijk om als organisatie zichtbaar te zijn binnen hun regio, want dat maakt hen toegankelijker om contact op te nemen. Omdat meldroutes verschillen per regio, willen ze hun eigen meldroute graag bekend maken aan mensen binnen de regio. Als er in de toekomst een landelijk meldpunt voor mensenhandel zou komen, dan behoeven regionale meldroutes geen eigen campagnes meer.

Desondanks maakt dit een landelijke campagne niet minder belangrijk. Sowieso wordt herhaling van de boodschap belangrijk gevonden, zodat het onderwerp vers in de geheugens van doelgroepen aanwezig blijft. Eén respondent stelt bijvoorbeeld dat een losse campagne niet gauw tot handelen overtuigt. Daarnaast zouden ze graag bevorderen dat er meer uitwisseling van materialen plaatsvindt, wat bijvoorbeeld makkelijker zou zijn wanneer er een duidelijk overzicht is van welk materiaal er al bestaat of wanneer er intensiever zou worden samengewerkt. Meerdere organisaties maken wel eens gebruik van materiaal van landelijke campagnes, zoals die van CoMensha.

2.6.1 Er is behoefte aan landelijke coördinatie ten aanzien van campagnes

Tijdens de groepsbijeenkomst kwam naar voren dat organisaties behoefte hebben aan landelijke coördinatie van campagnes. Nu is bestaand materiaal versnipperd; het is voor organisaties niet duidelijk wat er al ligt, waardoor elke organisatie het wiel opnieuw moet uitvinden. Een landelijk punt werd bijvoorbeeld voorgesteld als een bibliotheek met campagnemateriaal, wat elke organisatie zelf zou kunnen aanpassen aan hun regio of doelgroep. Dit werkt kostenverminderend, creëert overzicht en zorgt ervoor dat er meer capaciteit overblijft voor de opvolging van signalen. Ook kan een landelijk punt ervoor zorgen dat alle campagnes dezelfde slogan dragen, zodat ze herkenbaarder zijn. Verder kan op landelijk niveau

worden bekeken bij welke doelgroep(en) de meeste impact mogelijk is wat betreft het tegengaan van mensenhandel, zodat op die doelgroep(en) voornamelijk wordt ingezet.

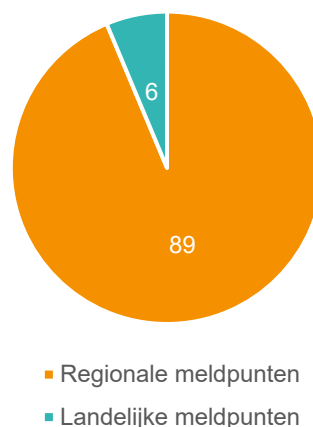
3 Overzicht meldpunten en kenniscentra

Onderdeel van actielijn 2 (vergroten van de meldingsbereidheid) is het inventariseren van bestaande meldpunten en/of kenniscentra (actie 12). Het doel van deze actie is een overzicht samenstellen van bestaande meldpunten en/of kenniscentra mensenhandel in Nederland.

Onder een meldpunt verstaan we een organisatie waar een professional of inwoner een melding kan maken van (een vermoeden) van mensenhandel. Het gaat hierbij om externe meldpunten, wat inhoudt dat het meldpunt openbaar te vinden is. Een kenniscentrum is een organisatie die focust op het verkrijgen en verspreiden van kennis met betrekking tot mensenhandel.

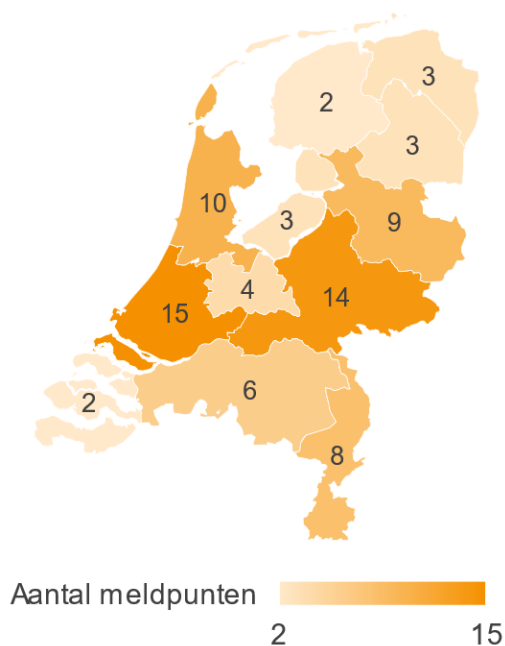
3.1 In Nederland zijn er 95 meldpunten voor mensenhandel

De online zoektocht heeft 95 meldpunten voor mensenhandel opgeleverd, waarvan zes landelijke meldpunten en 89 regionale meldpunten. Een overzicht van de meldpunten staat in bijlage B. De landelijke meldpunten zijn [CoMensha](#), [de Nederlandse Arbeidsinspectie](#), [Fier](#), [Meld Misdaad Anoniem \(M.\)](#), [Meld.nl](#) en [Dontlookaway.nl](#). Zie Figuur 7 voor de verhouding tussen landelijke en regionale meldpunten en Figuur 8 voor de spreiding van regionale meldpunten over Nederland. De tien meldpunten van de politie zijn niet in Figuur 8 meegenomen. Hoewel (vermoedens van) mensenhandel wel bij de politie te melden zijn, volgen de regio's van politie-eenheden niet altijd de grenzen van provincies⁴. Er zijn tien regionale politie-eenheden en in elke provincie kan men bij de politie-eenheid van de eigen regio dus ook melding maken van mensenhandel. Meldingen bij de politie komen binnen bij het Team Migratiecriminaliteit en Mensenhandel van de regionale politie-eenheid.



Figuur 7. Landelijke en regionale meldpunten

⁴ De politie-eenheden zijn georganiseerd volgens de volgende regio's: Noord-Nederland, Oost-Nederland, Midden-Nederland, Noord-Holland, Amsterdam, Den Haag, Rotterdam, Zeeland West-Brabant, Oost-Brabant, Limburg.



Figuur 8. Regionale meldpunten per provincie

In Figuur 8 is te zien dat er relatief veel meldpunten zijn in de meer randstedelijke gebieden, met uitzondering van de provincie Utrecht. In Noord-Holland bevinden de meeste meldpunten zich in de regio van Amsterdam en in Zuid-Holland in de regio's van Rotterdam en Den Haag. Naast de Randstad bevinden zich in Gelderland ook veel meldpunten. De provincies waar relatief veel meldpunten zijn, zijn vaak provincies die uit relatief veel gemeenten bestaan. Dit is een mogelijke verklaring voor het aantal meldpunten, gezien een aanzienlijk deel van deze regionale meldpunten gemeentelijke meldpunten zijn. (n=42).

In de enquête hebben we respondenten gevraagd of bij hun organisatie melding kan worden gemaakt van (vermoedens van) mensenhandel. Op deze vraag geven 49 respondenten (72%) die de enquête hebben ingevuld aan dat mensen bij hun organisatie melding kunnen maken van (vermoedens van) mensenhandel. Twee

respondenten geven echter aan wel meldingen te ontvangen, maar geen formeel meldpunt te zijn.

3.2 De meeste meldingen worden gedaan door professionals via de mail en telefoon

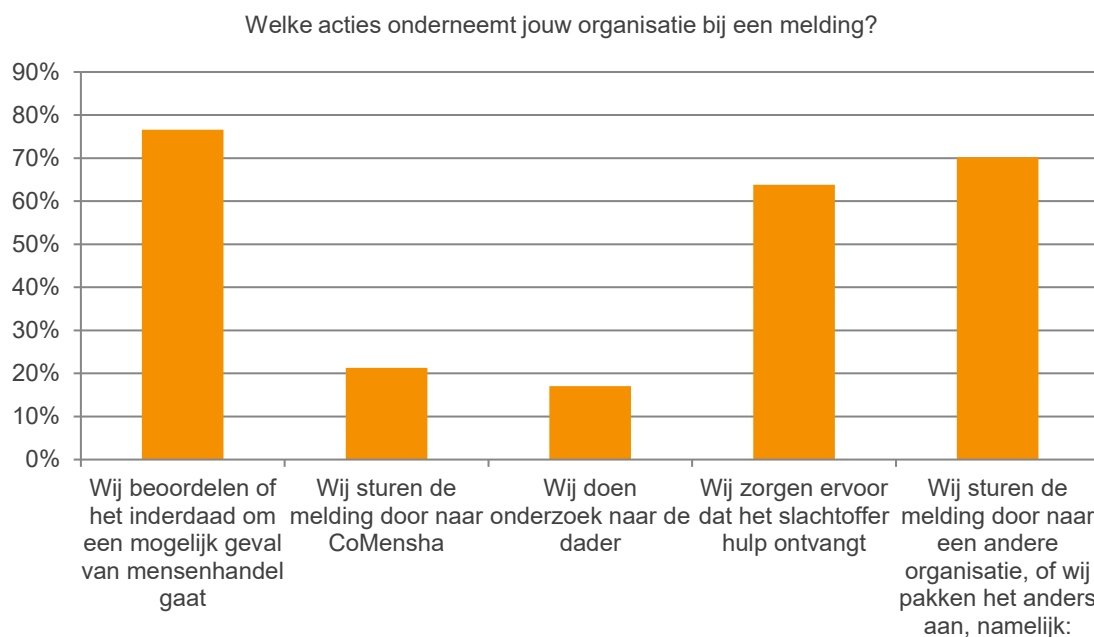
Uit de enquête blijkt dat bijna alle meldpunten meldingen ontvangen van professionals (94%). Daarnaast worden er meldingen ontvangen van burgers (62%) en bij ongeveer de helft van de meldpunten komen er anonieme meldingen binnen (53%). Zes meldpunten krijgen ook meldingen binnen van andere organisaties, zoals opsporingsdiensten of gemeenten en er zijn vier meldpunten die meldingen binnenkrijgen van slachtoffers zelf.

Meldpunten ontvangen op verschillende manieren meldingen. 79% van de meldingen komt binnen via de mail, 57% via een telefonische meldlijn en 47% via een online meldformulier. Fysieke meldpunten worden minder gebruikt (17%). Respondenten geven naast de gegeven antwoordcategorieën ook aan dat er bij hun meldpunt op andere manieren melding gemaakt kan worden (43%). Dit is bijvoorbeeld via persoonlijk contact met andere professionals, via sociale media en via een chat. Drie meldpunten hebben nog nooit een melding ontvangen.

3.3 De opvolging van een melding bestaat uit het beoordelen en doorsturen van de melding en het organiseren van hulp voor het slachtoffer

Ter opvolging van een melding stuurt slechts 21% van de meldpunten een melding door naar CoMensha, blijkt uit de enquête (zie Figuur 9). Mogelijk komt dit doordat veel organisaties (77%) zelf beoordelen of de melding inderdaad een geval van mensenhandel is of kan zijn. Wanneer dat niet zo blijkt te zijn, is de melding afgehandeld en is het aannemelijk dat de melding niet doorgestuurd wordt naar CoMensha. Vanuit de regiegroep van het Actieplan Samen tegen Mensenhandel kwam het signaal dat dit komt doordat er voor zorgpartijen, zoals zorgcoördinatoren en hulpverleningsorganisaties, geen meldplicht bij CoMensha bestaat. Verder stuurt 70% van de respondenten de melding door naar een andere organisatie of pakken ze het anders aan. Dit laatste wordt niet gespecificeerd. Achttien respondenten lichten toe naar welke organisatie zij de melding doorsturen; dit zijn vaak zorgcoördinatoren, ketenregisseurs

mensenhandel of opsporingsdiensten. Ook is er een tiental respondenten waarbij het meldpunt een ketenoverleg organiseert, bijvoorbeeld met zorgcoördinatoren, de politie (Afdeling Vreemdelingenpolitie, Identificatie en Mensenhandel (AVIM) of team Migratiecriminaliteit en Mensenhandel) en de Nederlandse Arbeidsinspectie (als het om arbeidsuitbuiting gaat). Tijdens een dergelijk overleg wordt bijvoorbeeld gekeken of de melding te verrijken is met meer informatie over de melding en wordt bepaald welke stappen kunnen worden gezet ter opvolging. Hiernaast organiseert een ruime meerderheid van de respondenten hulp voor het slachtoffer (64%) en is er een klein aantal respondenten wiens organisaties onderzoek doet naar de dader (17%).



Figuur 9. Opvolging van een melding door meldpunten

3.4 Een landelijk meldpunt kan knelpunten in de meldroute verhelpen

In de enquête hebben we respondenten gevraagd welke verbeteringen zij zien ten aanzien van de opvolging van een melding. Ook tijdens de verkennende interviews met CoMensha, de VNG, het CCV en het ministerie van Justitie en Veiligheid en tijdens één van de groepsbijeenkomsten hebben we gesproken over de ervaren knelpunten met betrekking tot meldingen.

3.4.1 Uniformiteit kan de samenwerking tussen betrokken organisaties verbeteren

In de enquête benoemen meerdere respondenten dat de samenwerking met andere organisaties beter zou kunnen. Bij de aanpak van mensenhandel is een veelheid aan organisaties vanuit verschillende domeinen betrokken waaronder het sociaal domein, justitiedomein en veiligheidsdomein. Respondenten zijn van mening dat betrokken organisaties door de hoeveelheid betrokken domeinen onvoldoende van elkaar weten wat ze doen en er onvoldoende aansluiting is tussen organisaties. Doordat onvoldoende wordt gecommuniceerd welke rol een bepaalde organisatie heeft, is het onduidelijk bij wie te melden.

Verschillende factoren lijken hierin een rol te spelen:

- a. **De aanpak van mensenhandel is regionaal belegd en verschilt per regio.** Tijdens de verkennende interviews horen we dat deze manier van organiseren een adequate opvolging van meldingen bemoeilijkt. De regio's hebben namelijk verschillende meldroutes. Zorgcoördinatoren en ketenregisseurs van mensenhandel zijn niet standaard toebedeeld aan één organisatie, waardoor

het onduidelijk is bij welke organisatie men moet zijn als het gaat over mensenhandel. Met name wanneer er buiten de regio samengewerkt dient te worden, is het onduidelijk wie men moet benaderen.

- b. **Meldpunten hanteren verschillende definities**, bijvoorbeeld van wanneer iemand slachtoffer of dader van mensenhandel is. Ook gaan organisaties niet eenduidig om met het begrip 'melding': soms wordt een melding pas als zodanig gezien wanneer het niet meer gaat om een vermoeden, maar om een daadwerkelijk geval van mensenhandel. Daarnaast zien we in dit onderzoek dat de definitie van een 'meldpunt' ook niet eenduidig is. In dit onderzoek zien we alleen externe meldpunten als zodanig, terwijl sommige respondenten in de enquête bijvoorbeeld aangaven wel meldingen te ontvangen, maar formeel geen meldpunt te zijn.
- c. **Er is onvoldoende bewustzijn van mensenhandel bij burgers, professionals én betrokken organisaties**.
 - i. Tijdens één van de verkennende interviews geeft de programmamanager van het Actieplan programma Samen tegen Mensenhandel van het ministerie van Justitie en Veiligheid aan dat mensenhandel vaak verward wordt met mensensmokkel. Dit werd ook bevestigd in meerdere diepte-interviews.
 - ii. Tijdens de interviews en de bijeenkomst over campagne horen we dat organisaties die in aanraking kunnen komen met slachtoffers van mensenhandel, zoals scholen, lastig te bereiken zijn voor het geven van voorlichting. Dit komt doordat deze organisaties niet voldoende bewust zijn dat zij mensenhandel in hun dagelijkse werkzaamheden zouden kunnen tegenkomen. Wordt er wel voorlichting gegeven, dan herkennen medewerkers toch signalen van mensenhandel onder de doelgroep waar ze mee werken. Er worden door professionals dus signalen gemist, dankzij een gebrek aan herkenning.
 - iii. Respondenten van de enquête noemen daarnaast dat medewerkers van betrokken organisaties onvoldoende alert zijn op gevallen van mensenhandel en deze niet altijd als zodanig weten te herkennen. Ook tijdens de verkennende interviews horen we dat er sprake is van onvoldoende kennis bij medewerkers van ketenpartners, omdat er onvoldoende gespecialiseerd wordt in mensenhandel. Mensenhandel is vaak één van meerdere portefeuilles.
- d. **Het is moeilijk om gegevens met elkaar te delen**. Meldingen komen bij verschillende organisaties binnen. Juist de combinatie van verschillende meldingen maakt dat een casus daadwerkelijk als mensenhandel herkend kan worden. Het delen van meldingen is lastig, omdat hier volgens de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) toestemming van het slachtoffer voor nodig is. Hiermee beschermt de AVG de privacy van slachtoffers, maar een neveneffect is dat organisaties niet alle benodigde informatie binnenkrijgen voor een adequate opvolging van een melding.
- e. **Er is gebrek aan capaciteit**. Betrokken organisaties hebben volgens respondenten gebrek aan tijd en (financiële) middelen om tijdig op meldingen te reageren. Ook benoemen zij de schaarste van opvangplekken voor slachtoffers.

3.4.2 **Er is behoefte aan een landelijk meldpunt als mogelijke oplossing voor het verloren gaan van signalen van mensenhandel**

Tijdens de groepsbijeenkomst vertellen respondenten dat er signalen verloren gaan. Dit heeft meerdere oorzaken. Ten eerste komen signalen bij verschillende organisaties binnen. Hierdoor komen verschillende signalen over één casus niet bij elkaar en wordt de casus mogelijk ten onrechte niet als mensenhandel herkend. Ten tweede zijn meldpunten en zorgcoördinatoren vaak belegd bij organisaties met een andere focus. Hierdoor herkennen zij casussen van mensenhandel onvoldoende. Respondenten maken zich bijvoorbeeld zorgen over regio's waar Veilig Thuis een belangrijk meldpunt is, omdat Veilig Thuis zich richt op huiselijk geweld. Zij zijn daardoor minder alert op casussen van arbeidsuitbuiting.

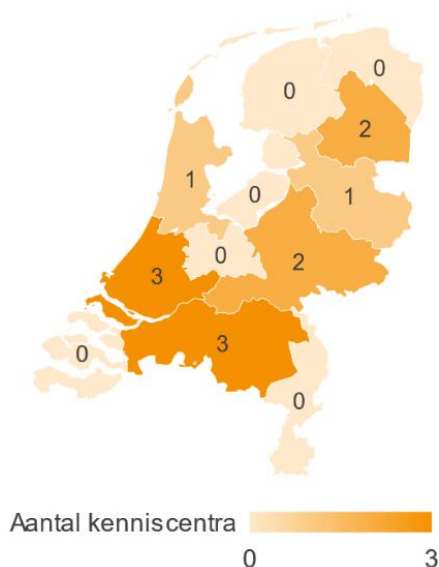
Een landelijk meldpunt helpt om ervoor te zorgen dat alle signalen op één centraal punt bij elkaar komen, benadrukken respondenten. Ook zou het voor burgers duidelijker zijn om te weten waar ze terecht kunnen met een signaal of melding. Een effectief landelijk meldpunt moet aan een aantal voorwaarden voldoen:

- a. **Mensen moeten makkelijk terecht kunnen.** Daarom is het belangrijk dat het meldpunt continu bereikbaar is, dus ook 's avonds, 's nachts en in het weekend. Daarnaast moeten mensen in verschillende talen met het meldpunt kunnen communiceren. Ook moet het meldpunt laagdrempelig bereikbaar zijn voor burgers, door het expliciet mogelijk te maken om contact op te nemen voor informatie of om een hulpverlener te laten meedenken. Het maken van een melding kan namelijk als een stap te ver worden ervaren door burgers.
- b. **Het meldpunt moet in staat zijn om signalen en meldingen naar behoren op te volgen.** Het meldpunt moet aansluiting hebben met alle vormen van mensenhandel en de medewerkers die signalen of meldingen aannemen en verwerken moeten voldoende alert zijn op mensenhandel. Er is voldoende capaciteit nodig om melders te woord te staan en om de melding waar nodig te verrijken en vervolgens door te zetten naar de juiste ketenpartner(s), met name in de zorg, opvang en opsporing.

3.5 In Nederland zijn er 39 kenniscentra voor mensenhandel

De online zoektocht leverde 39 kenniscentra voor mensenhandel op. Een overzicht van de kenniscentra staat in bijlage B. Zeventien van deze kenniscentra opereren op landelijke schaal. De rest van de kenniscentra zijn gericht op een regio; dit zijn er 22. De regionale kenniscentra zijn per provincie weergegeven in Figuur 10. De tien RIEC's (Regionale Informatie- en Expertisecentra) staan niet in Figuur 10, hoewel deze organisaties wel regionale kenniscentra zijn. RIEC's zijn namelijk georganiseerd volgens dezelfde tien regio's als de politie. Het geeft een vertekend beeld wanneer de RIEC's in de figuur meegenomen worden, omdat de regio's van de RIEC's niet altijd de grenzen van provincies volgen⁵.

Hierbij valt op dat er in de provincies waar er relatief veel meldpunten zijn, namelijk Zuid-Holland, Gelderland en Noord-Holland, ook veel kenniscentra zijn. Een uitzondering is Limburg; hier zijn relatief veel meldpunten voor mensenhandel, maar weinig kenniscentra. Wij hebben hier echter geen verklaring voor gevonden.



Figuur 10. Regionale kenniscentra per provincie

In de enquête hebben we aan respondenten gevraagd of hun organisatie kennis over mensenhandel verzamelt en verspreidt en dus een kenniscentrum voor mensenhandel is. 27 respondenten (41%) geven in de enquête aan dat hun organisatie een kenniscentrum voor mensenhandel is. Daarnaast zijn er 11 respondenten (11%) wiens organisatie wel kennis over mensenhandel heeft, maar deze kennis niet verspreidt. Deze organisaties worden in dit onderzoek niet als kenniscentra gezien.

⁵ De RIEC's zijn georganiseerd volgens de volgende regio's: Noord-Nederland, Oost-Nederland, Midden-Nederland, Noord-Holland, Amsterdam, Den Haag, Rotterdam, Zeeland West-Brabant, Oost-Brabant, Limburg.

Daarnaast blijkt uit de enquête dat er zestien organisaties zijn die zowel meldingen ontvangen als kennis verzamelen en delen. Op basis van onze online zoektocht zijn er vier organisaties zowel meldpunt als kenniscentrum. Zoals eerder benoemd worden er verschillende definities gehanteerd van een meldpunt en een kenniscentrum.

3.6 De meeste kenniscentra hebben als doel om andere organisaties in de keten te ondersteunen bij het maken van beleid ten aanzien van mensenhandel

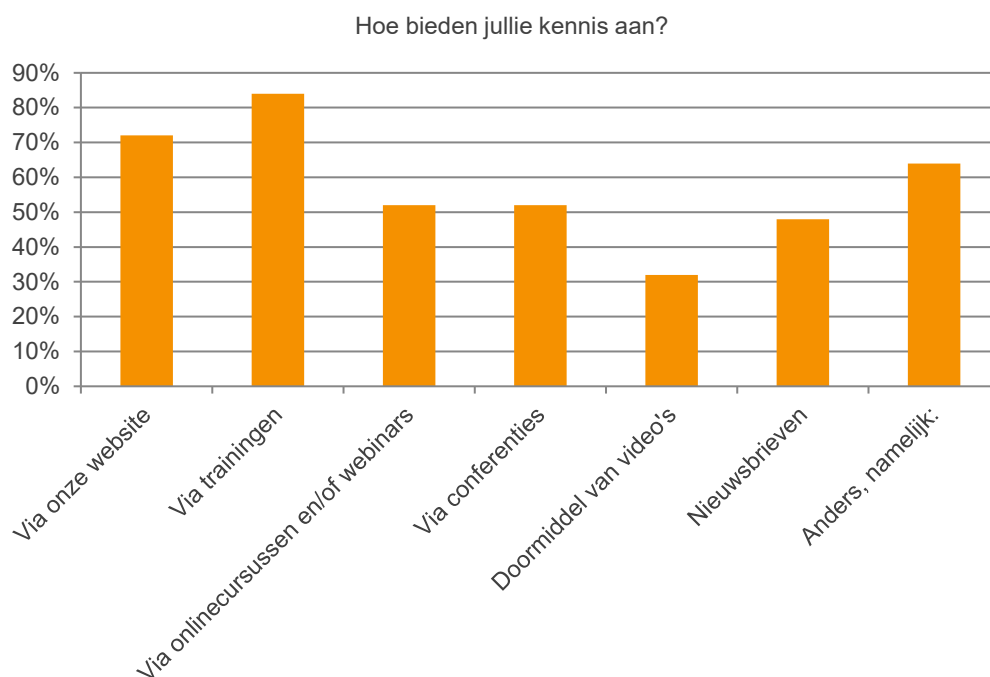
Uit een open vraag in de enquête blijkt dat twaalf kenniscentra als doel hebben om de aanpak van mensenhandel te helpen inrichten of verbeteren. Zij doen dit bijvoorbeeld door andere organisaties in de keten te adviseren of door kennis te delen, zodat deze organisaties hun beleid ten aanzien van mensenhandel op een effectieve manier kunnen inrichten. Twee van deze kenniscentra doen onderzoek naar mensenhandel als fenomeen.

Daarnaast zijn er tien kenniscentra die als doel hebben om bewustwording rondom mensenhandel te vergroten. Zij proberen er bijvoorbeeld voor te zorgen dat mensen signalen van mensenhandel leren te herkennen, onder andere door het geven van training en voorlichting. Verder hebben vijf kenniscentra als doel om slachtoffers te ondersteunen en zetten twee kenniscentra zich in voor preventie.

3.7 De kenniscentra richten zich vaak op uitvoeringsprofessionals en beleidsmedewerkers en bieden kennis aan via trainingen of hun website

Op de vraag op welke doelgroepen kenniscentra zich richten, antwoorden alle respondenten dat hun organisatie zich op uitvoeringsprofessionals richt. Daarnaast richten 92% van de responderende kenniscentra zich ook op beleidsmedewerkers. Dit is niet verassend, aangezien veel kenniscentra als doel hebben om beleid rondom mensenhandel te helpen inrichten. Verder richt 48% van de kenniscentra zich op burgers en 44% op slachtoffers. Er zijn tien kenniscentra die zich ook op andere doelgroepen richten. Zij noemen als doelgroep bijvoorbeeld partnerorganisaties, overheidsorganisaties en potentiële slachtoffers. Eén kenniscentrum richt zich op daders van mensenhandel.

Vervolgens hebben we gevraagd hoe de kenniscentra hun kennis aanbieden. De antwoorden die respondenten op deze vraag hebben gegeven, zijn weergegeven in figuur 11. Het aanbieden van kennis gebeurt op verschillende manieren, maar meestal via trainingen (84%) of een website (72%). De respondenten die voor de antwoordcategorie 'anders, namelijk' hebben gekozen, lichten toe dat zij kennis delen via sociale media en middels campagnes. Er zijn ook kenniscentra die kennis delen middels persoonlijk contact, bijvoorbeeld door advies te geven over specifieke casuïstiek.



Figuur 11. Manieren waarop kenniscentra kennis aanbieden

3.8 De meeste meldpunten en kenniscentra zijn breed georiënteerd en richten zich op alle vormen van mensenhandel

De meeste meldpunten en kenniscentra zijn breed georiënteerd en richten zich zowel op seksuele uitbuiting als criminele uitbuiting, arbeidsuitbuiting en gedwongen orgaanverwijdering. Mensen kunnen hier melding maken van of kennis opdoen over alle vormen van mensenhandel.

Een aantal organisaties richt zich wel op specifieke vormen van mensenhandel. Drie meldpunten en één kenniscentrum richten zich specifiek op seksuele uitbuiting. Deze organisaties hebben een focus op seksueel misbruik, waar seksuele uitbuiting een vorm van is. Daarnaast is er één meldpunt en er zijn twee kenniscentra die zich richten op de combinatie van seksuele uitbuiting en criminele uitbuiting, maar niet op arbeidsuitbuiting. Dit zijn met name organisaties die zich bezighouden met het welzijn van kinderen en jongeren. Kinderen en jongeren komen niet gauw met arbeidsuitbuiting in aanraking, maar zijn wel extra kwetsbaar om slachtoffer te worden van seksuele en criminele uitbuiting. Eén van deze organisaties houdt zich alleen bezig met mensenhandel in de familiale sfeer waarbij iemand uit de familie (bijvoorbeeld een partner) tot seksuele handelingen of criminaliteit wordt gedwongen. Verder is er één meldpunt en zijn er twee kenniscentra die zich alleen met arbeidsuitbuiting bezighouden. Deze organisaties geven extra aandacht aan migranten, omdat zij kwetsbaarder zijn om slachtoffer te worden van arbeidsuitbuiting dan andere bevolkingsgroepen. Ook is er één meldpunt waar alleen melding kan worden gemaakt van criminele uitbuiting. Vergelijkbare combinaties van vormen van mensenhandel en doelgroepen zien we ook bij de campagnes.

4 Conclusies en aanbevelingen

4.1 Bewustwordingscampagnes

In de afgelopen vijf jaar zijn 54 campagnes opgezet, waarvan we 31 campagnes via de online zoektocht hebben gevonden. Dit toont aan dat er een groot, maar versnipperd aanbod is. We trekken twee conclusies over de vormen van mensenhandel waar campagnes zich op richten, namelijk:

- a. Uit de enquêteresultaten blijkt dat de meeste campagnes zich richten op alle vormen van mensenhandel;
- b. De online zoektocht toont echter dat 35% van de campagnes zich richt op mensenhandel in het algemeen, 29% specifiek op seksuele uitbuiting, 19% op arbeidsuitbuiting en 6% op criminele uitbuiting. Daarnaast zijn er campagnes die zich richten op een combinatie van de vormen van mensenhandel, maar dit is slechts een klein percentage.

Een mogelijke verklaring voor het verschil tussen de enquêteresultaten en onze online zoektocht is dat sommige campagnes door meerdere respondenten zijn genoemd en daardoor zwaarder meetellen in de resultaten.

Campagnes staan niet op zichzelf. Organisaties die campagnes voeren, benadrukken dat deze campagnes moeten passen binnen hun bredere strategie en dat ze voldoende capaciteit moeten hebben om een mogelijke toename van meldingen op te vangen. Vaak gebruiken ze campagnes als startpunt voor training en voorlichting, met als doel mensen anders te laten nadenken over wat ze zien en meemaken. Of dit daadwerkelijk effectief is, blijft moeilijk te meten. Resultaten zoals het aantal klikken op een advertentie geven een indicatie, maar laten de daadwerkelijke impact op de bewustwording binnen de doelgroep niet direct zien.

Daarnaast trekken we enkele conclusies over de meest voorkomende kenmerken van campagnes. Ze richten zich vooral op burgers en professionals, met als doel de bewustwording rondom mensenhandel te vergroten. Bij slechts 5% van de campagnes is onderzoek gedaan naar de impact. Hieruit blijkt dat deze campagnes de kennis over mensenhandel hebben vergroot en de bewustwording van signalen is toegenomen. Het is belangrijk dat de vorm en inhoud van de campagne aansluiten bij de leefwereld van de doelgroep. Bijvoorbeeld, campagnes gericht op jongeren worden vaak via sociale media verspreid en zijn effectiever als ze inspelen op herkenbare situaties uit het dagelijks leven.

We vonden zowel landelijke als regionale en lokale campagnes. Deze combinatie lijkt volgens respondenten het meest effectief te zijn. Regionale en lokale organisaties hebben vaak minder financiële middelen voor een eigen campagne, maar kunnen profiteren van landelijke campagnes. Daarnaast passen zij de inhoud van hun campagnes aan op regionale doelgroepen en de lokale aanpak van mensenhandel. Van de campagnes waarover de enquête is ingevuld, heeft 35% geen eindmoment en is daarmee langlopend.

4.2 Meldpunten en kenniscentra

We hebben onderzocht hoeveel meldpunten en kenniscentra er in Nederland zijn en hoe zij te werk gaan. We ontdekten 95 meldpunten voor mensenhandel, waarvan zes landelijk opereren. Deze veelheid aan meldpunten zorgt ervoor dat er geen totaaloverzicht van meldingen is. Meldpunten bevinden zich vooral in randstedelijke gebieden, met uitzondering van Utrecht. Ze ontvangen voornamelijk meldingen van professionals, maar ook burgers en anonieme personen melden relatief vaak. Deze meldingen komen voornamelijk binnen via e-mail of een telefonische meldlijn. Na ontvangst beoordelen meldpunten de melding, werken samen met ketenpartners of sturen de melding door, en organiseren hulp voor het slachtoffer. Daarnaast zijn er 39 kenniscentra voor mensenhandel, waarvan zeventien landelijk. Kenniscentra ondersteunen andere organisaties bij het maken van beleid met betrekking tot mensenhandel door informatie te verspreiden, bijvoorbeeld via trainingen of publicaties op hun website. Ze richten zich vooral op professionals en beleidsmedewerkers. De meeste meldpunten en kenniscentra houden zich bezig met alle vormen van mensenhandel. Wanneer een meldpunt of kenniscentrum zich richt op één of twee specifieke vormen van mensenhandel, richten ze zich op een doelgroep die bijzonder kwetsbaar is voor die specifieke vorm(en) van mensenhandel.

4.3 Knelpunten

Meldroutes zijn onduidelijk. Dit komt doordat er zoveel meldpunten zijn dat mensen door de bomen het bos niet meer zien. Burgers weten vaak niet waar ze terecht moeten. Daarnaast verschillen meldroutes per regio, en hebben organisaties die dezelfde naam dragen in verschillende regio's een andere rol in de aanpak van mensenhandel. Dit gebrek aan uniformiteit maakt het moeilijk voor betrokken organisaties om de juiste ketenpartner te vinden voor samenwerking.

Signalen van mensenhandel gaan verloren. Losse signalen, waaruit tezamen mogelijk een casus kan worden herkend als mensenhandel, komen niet bij elkaar op een centraal punt. Het is ook niet altijd mogelijk voor betrokken organisaties om informatie over signalen onderling met elkaar te delen. Ook is er onvoldoende bewustzijn bij burgers, professionals en betrokken organisaties. In hun dagelijks leven of dagelijkse werkzaamheden kunnen deze mensen in aanraking komen met (signalen van) mensenhandel. Gebrek aan bewustzijn zorgt ervoor dat een signaal niet als zodanig wordt herkend en ten onrechte niet wordt gemeld, of niet wordt herkend en behandeld als zodanig.

Het ontbreekt aan landelijke coördinatie van campagnes. Hierdoor is er geen overzicht van bestaande materialen, wat leidt tot dubbel werk. Organisaties die campagnes willen voeren, moeten zelf alles uitvinden. Zonder landelijke coördinatie is het ook onduidelijk of er voldoende campagnes zijn gericht op verschillende doelgroepen.

Het vergroten van bewustwording over mensenhandel binnen organisaties met weinig kennis hierover is lastig. Organisaties die campagnes voeren en/of trainingen en voorlichtingssessies organiseren, ervaren vaak moeilijkheden om toegang te krijgen tot organisaties waar professionals werkzaam zijn die in hun dagelijks werk mensenhandel zouden kunnen signaleren. Deze organisaties onderkennen mensenhandel niet als een probleem dat zij mogelijk kunnen tegenkomen en beschouwen de bewustwordingsactiviteiten daardoor als onvoldoende relevant in vergelijking met andere onderwerpen waaraan zij tijd moeten besteden.

Campagnes lijken niet altijd een effectieve vorm te hebben. Campagnes bevatten te vaak stereotyperende weergaven van mensenhandel, waardoor ze niet helpen om minder opvallende of 'typische' casussen te herkennen. Daarnaast is de drempel om te melden vaak te hoog, waardoor oproepen tot het melden van mensenhandel niet per se effectief is. Anderzijds horen we ook dat het handelingsperspectief vaak ontbreekt in campagnes, waardoor de resultaten en effecten moeilijk te meten zijn.

Organisaties die zich inzetten voor bewustwording organiseren minder activiteiten dan zij zelf graag zouden willen. Tijdens en na campagnes, training en/of voorlichting zien organisaties een toename in het aantal mensen dat contact opneemt met vragen, signalen of meldingen. Als er een gebrek aan capaciteit is om deze mensen goed te woord te staan of de meldingen adequaat af te handelen, dan organiseren zij de bewustwordingsactiviteiten niet.

4.4 Aanbevelingen voor de toekomst

Tot slot doen we een aantal aanbevelingen voor de toekomst. Bij de aanpak van mensenhandel is een veelheid aan organisaties vanuit verschillende domeinen betrokken zoals het sociaal domein, justitiedomein en veiligheidsdomein. Om de samenwerking tussen deze organisaties te verbeteren moet de onderlinge kennis over wat organisaties doen in het kader van de aanpak van mensenhandel vergroot worden. Er moet beter gecommuniceerd worden over welke rol een bepaalde organisatie heeft.

Daarnaast is de grote wens van veel respondenten om één landelijk meldpunt voor mensenhandel op te richten, waar iedereen 24/7 kan melden, zoals in Spanje⁶. Het is belangrijk dat iedereen hier kan melden, ongeacht een mogelijke taalbarrière. Met één meldpunt weet iedereen waar ze moeten melden en dit kan ook het handelingsperspectief vergroten. Ook voorkomt één meldpunt dubbele meldingen en levert het een completer beeld op. We adviseren daarom om te verkennen wat de mogelijkheden zijn om één landelijk meldpunt mensenhandel op te zetten.

Ten derde kan landelijke coördinatie op communicatie en bewustwording bijdragen aan minder versnippering. Deze coördinerende partij kan al het beschikbare materiaal dat ontwikkeld is bundelen per doelgroep en per vorm van mensenhandel en beschikbaar stellen voor iedereen vanuit een 'online bibliotheek'. Ook kan deze partij landelijk nieuw materiaal ontwikkelen dat regio's kunnen aanpassen naar de lokale situatie om campagnes te voeren in combinatie met het geven van voorlichting en training. Ook adviseren we om in de campagnes aandacht te besteden aan het handelingsperspectief. Waar roept de campagne toe op? Hoe concreter dit handelingsperspectief is, hoe beter de resultaten ook te meten zijn. Denk aan een oproep tot het volgen van een e-learning of webinar. Bij het voeren van campagne is het daarnaast van belang dat er capaciteit is om meldingen aan te nemen en eventueel op te volgen, wanneer de campagne oproept tot het doen van meldingen.

Ten vierde raden we aan om bij het opzetten van campagnes de focus te leggen op het kiezen van de juiste doelgroep. De doelgroep kan namelijk een grote invloed hebben op het succes van de campagne. Bekijk welke groepen het meest kwetsbaar zijn voor uitbuiting en probeer hen direct te benaderen via de campagne. Als dit moeilijk is, richt de campagne dan op mensen die dicht bij deze kwetsbare groepen staan, zoals ouders of professionals. Wanneer de doelgroep van een campagne gespecificeerd is, is het ook makkelijker om aan te sluiten bij de belevingswereld van de doelgroep. Aangezien het soms lastig is om campagnes te voeren of training en voorlichting te geven bij organisaties waar professionals werken, is coördinatie van deze activiteiten belangrijk. Deze organisaties krijgen met veel verschillende onderwerpen te maken en hebben mogelijk niet de capaciteit om zich in elk onderwerp te verdiepen. We adviseren

⁶ [National Hotlines - European Commission](#)

daarom om hen gericht te benaderen en ervoor te zorgen dat zij niet overspoeld worden met verzoeken, zodat de informatie die zij ontvangen voor hen behapbaar blijft.

A. Onderzoeksverantwoording

In deze bijlage geven we een compacte beschrijving van onze onderzoeksaanpak om te komen tot inventarisaties van bewustwordingscampagnes, meldpunten en kenniscentra van mensenhandel. De looptijd van het onderzoek was van augustus 2024 tot en met januari 2025.

A.1 Typologie

De typologie beschrijft de definities die we in dit onderzoeken hanteren en de belangrijkste termen op het gebied van mensenhandel. Deze termen geven kaders aan het onderzoek en helpen om zo gestructureerd mogelijk onderzoek uit te voeren en de kwaliteit van de resultaten te borgen. Om tot de typologie te komen hebben we een documentstudie uitgevoerd en verkennende gesprekken gevoerd met medewerkers van CoMensha, het ministerie van Justitie en Veiligheid, de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) en het Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid (CCV).

A.1.1 Overzicht van gehanteerde definities

Meldpunt mensenhandel: een meldpunt mensenhandel is een organisatie die zich richt op het ontvangen van meldingen van mensenhandel in zijn verschillende vormen (criminele, seksuele, arbeidsuitbuiting en gedwongen orgaanverwijdering). Het biedt burgers, slachtoffers en professionals de mogelijkheid om vermoedens of gevallen van mensenhandel te melden via duidelijke en toegankelijke middelen zoals een contactformulier of telefoonnummer. Het gaat dus om een openbaar toegankelijk meldpunt.

Kenniscentrum mensenhandel: een organisatie die zich focust op het verkrijgen en verspreiden van kennis. Een kenniscentrum kan zowel fysiek als een virtuele plaats zijn waar kennis op een bepaald terrein samenkomt en wordt gedeeld. Het doel van een kenniscentrum is het vergroten van bewustwording over mensenhandel door het delen van relevante kennis en informatie. Dit omvat inzicht in de werkwijzen van daders, de impact op slachtoffers, effectieve interventies en signalen die op mensenhandel kunnen wijzen. De kennis is toegankelijk voor burgers, slachtoffers, professionals en beleidsmakers. De informatie wordt op een formele manier verspreid, bijvoorbeeld door het publiceren van artikelen, rapporten of het organiseren van bijeenkomsten of conferenties.

Daarnaast is het belangrijk om te benadrukken dat een meldpunt en kenniscentrum ook in één organisatie verenigd kunnen worden; een hybride vorm waarbij zowel het ontvangen van meldingen als het verzamelen en delen van kennis samenkomen onder één dak.

Bewustwordingscampagne gericht op mensenhandel: het doel van een bewustwordingscampagne is het vergroten van bewustwording op mensenhandel door middel van het delen van kennis over de methoden van daders, de impact op slachtoffers, effectieve interventies en signalen van mensenhandel. De campagne moedigt slachtoffers, burgers, professionals en beleidsmakers aan om in actie te komen tegen mensenhandel. De inhoud is toegankelijk en gericht op een breed publiek, en de campagne kan zowel tijdelijk als langdurig zijn. Een campagne verschilt van andere initiatieven, zoals lessenreeksen of cursussen, doordat het doel expliciet gericht is op het aanzetten tot actie en gedragsverandering, en niet enkel op het informeren of het verspreiden van kennis zonder directe oproep tot actie.

A.2 Online search

Aan de hand van de typologie zijn we begonnen met het inventariseren van bewustwordingscampagnes, meldpunten en kenniscentra. Dit hebben we op de volgende manier gedaan:

- a. Een handmatige en gerichte online search. Dit heeft als voordeel dat we de organisaties hebben gevonden, die een slachtoffer, burger of professional zelf ook handmatig zou tegenkomen. Het onderzoekskader hielp hierbij om te onderscheiden wat we wel, en wat we niet onder bewustwordingscampagnes, meldpunten of kenniscentra scharen. Ook hebben we dit kader gebruikt voor het vinden van zoektermen. We hebben deze zoektermen ingevoerd in Google en daarbij bijgehouden hoeveel 'hits' (lees: unieke meldpunten, kenniscentra of bewustwordingscampagnes) een bepaalde zoekterm opleverde. Als we na een paar Googlepagina's merkten dat een zoekterm weinig opleverde, of tot eerder gevonden resultaten leidde, gingen we door met de volgende zoekterm. Als een zoekterm juist veel resultaten opleverde, zochten we door met variaties op de zoekterm. We hebben zoektermen altijd gevarieerd door deze te combineren met 'mensenhandel', 'uitbuiting', 'seksuele uitbuiting', 'arbeidsuitbuiting' en 'criminele uitbuiting'. Daarnaast werkten we volgens de sneeuwbalmethodiek waarbij we zochten naar bronnen en deze gebruikten om nieuwe bronnen te vinden.

De online search vond plaats van september tot en met oktober 2024.

A.3 Enquête onder betrokken partijen

Vanuit de documentstudie, verkennende interviews en online search, hebben we een database met betrokken organisaties opgezet. CoMensha heeft hier waar nodig aanvullingen op gedaan. Onder deze partijen hebben we een enquête uitgezet. Deze enquête vroeg uit of de organisatie a). een meldpunt is; b). een kenniscentrum is; en/of c). bewustwordingscampagnes heeft gevoerd. We vroegen daarbij uit hoe deze rol eruitziet. In het geval dat een organisatie bewustwordingscampagnes heeft gevoerd, gingen we verder in op de details daarvan, zoals de resultaten (wanneer bekend). De enquête stond open in de periode van 4 november tot en met 29 november 2025. We hebben de enquête verspreid onder 154 organisaties en deze is door 68 respondenten ingevuld, waarvan 55 volledig.

A.4 Aanvullende interviews en bijeenkomsten

We hielden vier aanvullende interviews onder respondenten van de enquête gericht op bewustwordingscampagnes. Dit om de eerder gevonden informatie te toetsen, duiden en aan te vullen. In totaal spraken we zes professionals in deze interviews.

Daarnaast organiseerden we twee bijeenkomsten met betrokken organisaties, de ene gericht op bewustwordingscampagnes (vijf deelnemers) en de andere op meldpunten en kenniscentra (vijf deelnemers). Tijdens deze sessies hebben we de gevonden data besproken, om te komen tot conclusies, geleerde lessen en advies (voor de uitvoering van toekomstige bewustwordingscampagnes).

B. Resultaten online search

Deze bijlage bevat de bewustwordingscampagnes, meldpunten en kenniscentra die wij gevonden hebben tijdens de online zoektocht.

B.1 Bewustwordingscampagnes gevonden tijdens de online zoektocht

Afzender(s)	Doel en doelgroep(en)	Vorm van uitbuiting	Campagnevorm	Looptijd campagne
Amsterdamse Week tegen Mensenhandel				
Gemeente Amsterdam	Amsterdammers bewust maken van mensenhandel en hen leren om signalen te herkennen	Mensenhandel in het algemeen	Magazine 'Amsterdam Uitbuitingsvrij' en verscheidene evenementen met elk een eigen focus	De campagne vond plaats in 2021, maar exacte data zijn onduidelijk
Animatie over het voorkomen van stereotypen van binnenlandse seksuele uitbuiting				
Nationaal Rapporteur Mensenhandel en Seksueel Geweld tegen Kinderen	Onder burgers bewustwording creëren van niet-stereotypische signalen van binnenlandse seksuele uitbuiting	Seksuele uitbuiting	Animatie op de website	Sinds mei 2022
Animatie: Wat kunt u doen bij vermoedens van arbeidsuitbuiting?				
RIEC-LIEC, i.s.m. gemeenten Hillegom, Lisse en Teylingen	Burgers leren wat ze kunnen doen bij vermoedens van arbeidsuitbuiting.	Arbeidsuitbuiting	Animatiefilmpje op YouTube	Sinds oktober 2022
Beroofd van je vrijheid				
Dit is ook mensenhandel, tot stand gekomen door gemeente Tilburg en Sterk Huis	Bewustwording onder burgers vergroten van wat mensenhandel is en hoe eigen gedrag het in stand kan houden of tegen kan gaan	Mensenhandel in het algemeen	Video's, die ook in andere vormen zijn te downloaden (video, thumbnail, snippet of foto)	Sinds oktober 2023
Chaterover.nl				
Fier, Jongerenwerk op Zuid, Centrum voor Kinderhandel en Mensenhandel, Human Talent Group, Humanitas en SASS Achmea op initiatief van de Gemeente Rotterdam	Jongeren (12-23) uit de regio Rotterdam die te maken hebben (gehad) met voornamelijk seksuele en criminele uitbuiting aansporen om daarover te praten met een hulpverlener	Criminele en seksuele uitbuiting	Anonieme chat	Sinds april 2023

Afzender(s)	Doel en doelgroep(en)	Vorm van uitbuiting	Campagnevorm	Looptijd campagne
Don't look away				
Defence for Children i.s.m. ECPAT-netwerk	Bewustzijn over en bekendheid meldpunten met betrekking tot kindersekstoerisme vergroten onder toeristen	Seksuele uitbuiting	Video	Sinds 2010, onduidelijk wanneer Defence for Children zich heeft aangesloten bij de campagne
Eerlijk werk				
Nederlandse Arbeidsinspectie (NLA), ontwikkeld door BBK/Door Vriendschap Sterker	Bedoeld om bewustzijn over het belang van eerlijk werk te vergroten onder werkgevers	Arbeidsuitbuiting	Filmpjes die gepost zijn op sociale media, met de hashtag #daspaseerlijk	De campagne loopt nog, maar de exacte startdatum is onduidelijk
Goedkopearbeidskracht.nl				
FairWork, i.s.m. gemeenten Den Haag en Amsterdam	Bewustwording vergroten onder consumenten dat er vaak arbeidsuitbuiting schuilt achter goedkope arbeid in Nederland	Arbeidsuitbuiting	Via sociale media worden mensen naar een website met goedkope aanbiedingen en informatie over moderne slavernij geleid	De campagne loopt nog, maar de exacte startdatum is onduidelijk
Het zou je dochter kunnen zijn... Campagne tegen gedwongen prostitutie				
Meld Misdaad Anoniem	Burgers aansporen om seksuele uitbuiting te melden door hen bewust te maken van de signalen	Seksuele uitbuiting	Video	De campagne loopt nog, maar de exacte startdatum is onduidelijk
Horen, zien, melden				
Samenwerking tussen Platform Veilig Ondernemen Limburg, de politie, Regiodeal Parkstad en gemeenten in Zuid- en Midden-Limburg	Limburgse ondernemers (en burgers) bewust maken van de gevolgen van ondermijning, waaronder arbeidsuitbuiting	Arbeidsuitbuiting	Website	De campagne loopt nog, maar de exacte startdatum is onduidelijk
Hotels en vakantieparken tegen seksuele uitbuiting				
Defence for Children	Bewustwording van de signalen van seksuele uitbuiting vergroten onder personeel van hotels en vakantieparken	Seksuele uitbuiting	Lobby richting brancheorganisaties, presentaties/workshops, trainen van personeel en ontwikkelen van informatiebrochure	December 2019 tot december 2022

Afzender(s)	Doel en doelgroep(en)	Vorm van uitbuiting	Campagnevorm	Looptijd campagne
Jouw twijfel, iemands kans				
CoMensha	Bewustwording creëren onder burgers van de signalen van seksuele, criminele en arbeidsuitbuiting en aansporen om bij vermoedens een melding te doen	Mensenhandel in het algemeen	Video's en een te downloaden document	De campagne loopt nog, maar de exacte startdatum is onduidelijk
Kijk op mensenhandel				
RIEC Den Haag	Medewerkers van gemeenten in de regio leren om mensenhandel te herkennen en om op een goede manier te handelen wanneer het voorkomt of lijkt te komen	Mensenhandel in het algemeen	Website met video's	Sinds 2022
Loverboy of liefje?				
Dit is ook mensenhandel, tot stand gekomen door Gemeente Tilburg en Sterk Huis	Jongeren bewust maken dat zij op sociale media met daders van seksuele uitbuiting in aanraking kunnen komen	Seksuele uitbuiting	Video's	De campagne loopt nog, maar de exacte startdatum is onduidelijk
Maak het zichtbaar, incl. 1300-deal				
Centrum Kinderhandel en Mensenhandel	Politici, politieke partijen en burgers bewust maken van het bestaan van mensenhandel onder minderjarigen en Kamerleden stimuleren om zich te committeren aan het versterken van de aanpak van mensenhandel	Criminele en seksuele uitbuiting	Downloadbare video's die gedeeld kunnen worden op sociale media en een deal die politici kunnen tekenen	Sinds maart 2021
Maak mij zichtbaar				
Bridge2Hope	Bewustwording van mensenhandel vergroten door slachtoffers zichtbaar te maken	Mensenhandel in het algemeen	Petitie	Juli 2023
Mensenhandel, wat doe jij?				
Fier	Professionals leren om mensenhandel te herkennen bij mensen om hen heen	Mensenhandel in het algemeen	Informatievlogs, trainingsmateriaal, factsheets en e-learnings	Sinds 2024
Niet alles is wat het lijkt				
Ministerie van Justitie en Veiligheid	(Potentiële) klanten van sekswerkers bewust maken dat een seksuele dienst afnemen strafbaar is, wanneer ze weten of vermoeden dat er sprake is van dwang, uitbuiting of mensenhandel	Seksuele uitbuiting	Video met URL naar een website gedeeld op sociale media en in online advertenties	Januari 2022

Afzender(s)	Doel en doelgroep(en)	Vorm van uitbuiting	Campagnevorm	Looptijd campagne
Niet mijn kind				
Fier, Koraal en Sterk Huis	Ouders aansporen naar hun onderbuikgevoel te luisteren door vermoedens van mishandeling te onderzoeken en melden	Seksuele uitbuiting	Website met informatie en ervaringsverhalen	Sinds oktober 2021
No Place for Sex Trafficking				
What The Studio, Defence for Children, ministerie van Justitie en Veiligheid, Openbaar Ministerie en What Design Can Do	Bewustzijn creëren over het voorkomen van seksuele uitbuiting en wat burgers en met name medewerkers van hotels en vakantieparken kunnen doen om te helpen	Seksuele uitbuiting	Website met informatie en de mogelijkheid voor bedrijven om zich te laten certificeren	De campagne loopt nog, maar de exacte startdatum is onduidelijk
Onze ogen op mensenhandel				
Ministerie van Justitie en Veiligheid, VNG, CoMensha, Fier!, Centrum voor Kinderhandel en Mensenhandel, RSIV, PRONAD, Expertisecentrum Mensenhandel & (jeugd)Prostitutie, Zorg- en Veiligheidshuizen Drenthe, Groningen, en Fryslân, VeiligheidsAlliantie regio Rotterdam, El Roi, Veilig Thuis Flevoland, RIEC Midden Nederland en Limburg, SHOP, gemeenten Eijsden-Margraten, Krimpen aan den IJssel, Heerenveen en Horst aan de Maas, Dit is ook mensenhandel, Centrum Seksuele Gezondheid en Leger des Heils	Gezamenlijk geluid geven tegen mensenhandel en bewustwording vergroten onder burgers	Mensenhandel in het algemeen	Toolkit met beeldmerken, socialmediaposts en persberichten	Sinds oktober 2024

Afzender(s)	Doel en doelgroep(en)	Vorm van uitbuiting	Campagnevorm	Looptijd campagne
Onzichtbaar maar waar				
Kenniscentrum mensenhandel Twente, ontworpen door Catapult	Bewustwording vergroten onder Twentse burgers dat mensenhandel ook in Twente voorkomt	Mensenhandel in het algemeen	Combinatie van offline (citydisplays) en online (animaties, banners, posts op social media en in online kranten)	Juni tot augustus 2022
Open je ogen voor mensenhandel				
CoMensha i.s.m. stichting Open Mind	Bewustwording onder burgers vergroten dat mensenhandel mogelijk onder eigen ogen voorkomt	Mensenhandel in het algemeen	Rondreizende fototentoonstelling met foto's van slachtoffers	2016 tot 2023
Out of the shadows				
Rode Kruis NL, Koekepeer, IMWU, FILMiS, Steunpunt vluchtelingen ambassadeurs, Recogin, FairWork	Mensen zonder geldige verblijfspapier aansporen om naar voren te treden wanneer ze slachtoffer worden van arbeidsuitbuiting	Arbeidsuitbuiting	Video	Sinds september 2024
Regionale week tegen de mensenhandel				
Veiligheidscoalitie regio Den Haag	Bewustwording vergroten onder professionals door hen mee te nemen in de belevingswereld van jongeren	Criminele uitbuiting	Evenementen waar plenaire sprekers aanwezig zijn, workshops en trainingen worden georganiseerd, incl. campagne 'Paid by Myself'	Oktober 2024
Steek jij je hand uit				
VeiligheidsAlliantie regio Rotterdam	Jongeren bewust maken van en weerbaar maken tegen onder andere arbeidsuitbuiting	Arbeidsuitbuiting	Korte video en posters op plekken waar veel jongeren komen	Sinds 2022
Stop mensenhandel. Breek de onzichtbare keten. #EUvsHumanTrafficking				
Europese Commissie, DG Migration and Home Affairs	Bewustwording vergroten onder burgers over het voorkomen van mensenhandel	Mensenhandel in het algemeen	Digitale kit met downloadbaar campagnemateriaal dat gratis door andere partijen verspreid kan worden op Facebook, LinkedIn, Instagram en X	Sinds maart 2024

Afzender(s)	Doel en doelgroep(en)	Vorm van uitbuiting	Campagnevorm	Looptijd campagne
Te goedkoop - Lage prijzen kosten veel				
Leger des Heils	Consumenten laten nadenken bij het afnemen van goedkope diensten en producten, waar mogelijk uitbuiting achter schuilt	Arbeidsuitbuiting en seksuele uitbuiting	Advertenties voor goedkope producten en diensten en een petitie voor een Nederlandse overheid die bedrijven verplicht om met respect voor mens en milieu hun keten in te richten	Sinds 2021
This song will free a girl				
Free a girl	Bewustwording vergroten onder burgers over seksuele uitbuiting van kinderen en donaties ophalen	Seksuele uitbuiting	Bekende artiesten dragen persoonlijk een liedje op aan een meisje dat slachtoffer is geweest	2021
When you work, you have rights				
FairWork, Rode Kruis, Leger des Heils, VluchtelingenWerk Nederland en Opora	Ongedocumenteerde mensen helpen om hen te beschermen tegen mensenhandel en in het bijzonder tegen arbeidsuitbuiting	Mensenhandel in het algemeen, met een focus op arbeidsuitbuiting	Video's en een online tool	Sinds september 2024
wiljegeldverdienen.nl				
RIEC Amsterdam-Amstelland, Politie-eenheid Amsterdam, ZO=Zuidoost en SAOA	Jongeren ervan bewust maken dat een bijbaan op lange termijn meer oplevert dan een criminele opdracht	Criminele uitbuiting	Filmpje waarin rapper Adje waarschuwt voor criminele uitbuiting, met een verwijzing naar een website met vacatures voor jongeren	Sinds maart 2022

B.2 Overige bewustwordingscampagnes genoemd door respondenten van de enquête

- Boef je?
- Campagne naar aanleiding van de komst van Oekraïense ontheemden
- Dag tegen Mensenhandel
- Direct
- FantAzië
- Koffer verkeerd
- Laat je niet inpakken/#Paid by myself
- Maand tegen Mensenhandel
- Meld- en adviespunt Mensenhandel Flevoland

-
- j. Mensenhandel (niet) op school
 - k. Mensenhandel, ook in Twente
 - l. Onder de Lak
 - m. Regiodag Mensenhandel
 - n. Risk Factory
 - o. Seksuele uitbuiting en illegale prostitutie
 - p. Signalenkaarten mensenhandel
 - q. Symposium Mensenhandel
 - r. Themadag mensenhandel
 - s. Themaweek Veilig IJsselland in teken uitbuiting en mensenhandel
 - t. Think twice, buy wise!
 - u. Uitbuitingscontainer
 - v. Week tegen Mensenhandel (vaker als regionale campagne genoemd door organisaties vanuit verschillende regio's)
 - w. What if it was you?

Respondenten hebben ook campagnes genoemd die we tijdens de online zoektocht hebben gevonden. Deze campagnes staan hier niet opgesomd.

B.3 Meldpunten en kenniscentra

B.3.1 Meldpunten

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Blijf Groep				
Meldpunt	Hulporganisatie gespecialiseerd in afhankelijkheidsrelaties tussen slachtoffer en pleger. Ook zorgcoördinator van Flevoland: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Dontlookaway.nl				
Meldpunt	Meldpunt bij vermoedens van kindermisbruik in het buitenland. Beheerd door Defence for Children - ECPAT; zij geven de melding door aan het Team Bestrijding Kinderporno en Kindersekstoerisme van de Nationale Politie	Burgers	Kinderen die slachtoffer zijn van seksuele uitbuiting	Landelijk
Nationale Politie				
Meldpunt	Bij de Nationale Politie kunnen signaleerders melding maken van een vermoeden van mensenhandel en kunnen slachtoffers aangifte doen. Iedere politie-eenheid heeft een Afdeling Vreemdelingenpolitie, Identificatie en Mensenhandel (AVIM), met daar onder vallend een Team Migratiecriminaliteit en Mensenhandel met gecertificeerde mensenhandelrechercheurs	Slachtoffer en Signaleerder (burger, professional)	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Actiecentrum Veiligheid en Zorg Amsterdam-Amstelland (Zorg- en Veiligheidshuis)				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt.	Professionals	Alle, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Gemeente Aalsmeer				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Alkmaar				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Amsterdam				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Baarn				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van criminele uitbuiting	Signaleerders	Slachtoffers van criminele uitbuiting	Lokaal
Gemeente Beuningen				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Borne				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Coevorden				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Dalfsen				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Den Haag				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel. Meldingen komen terecht bij het Team Prostitutie van het Haags Economisch Interventie Team (HEIT)	Signaleerders	Slachtoffers van seksuele uitbuiting	Lokaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Gemeente Deventer				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Doesburg				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Gouda				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Hardenberg				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Heerde				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Hillegom				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Lansingerland				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Leidschendam-Voorburg				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Leudal				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Gemeente Maastricht				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Meierijstad				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Meppel				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Molenlanden				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Nijkerk				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Opmeer				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Purmerend				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Putten				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar heeft een telefoonnummer specifiek voor arbeidsuitbuiting	Lokaal
Gemeente Raalte				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Gemeente Rijswijk				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Schiedam				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Stadskanaal				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Stichtse Vecht				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Tilburg				
Meldpunt	Zorgcoördinator van Noord-Brabant: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Venray				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Voorschoten				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Voorst				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Waadhoeke				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Gemeente Westland				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Zaltbommel				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Zevenaar				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel.	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Zoetermeer				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van ondermijnende criminaliteit, waaronder mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Zutphen				
Meldpunt	Bij het Meldpunt ondermijning kunnen mensen melding maken van onder andere mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Gemeente Zwolle/Regio IJsselland				
Meldpunt	Zorgcoördinator van Overijssel: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden. Burgers kunnen melding maken van mensenhandel bij de gemeente	Signaleerders en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
HVO Querido/Amsterdams Coördinatiepunt tegen Mensenhandel				
Meldpunt	Regelt opvang van slachtoffers. Ook zorgcoördinator van Noord-Holland: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Meld Misdaad Anoniem (M.)				
Meldpunt	Meldpunt waar anoniem gemeld kan worden	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
meld.nl				
Meldpunt	Meldpunt voor een breed scala aan thema's, waaronder mensenhandel	Signaleerders en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Meldpunt loverboys/ Jeugdprostitutie (Veilig Thuis Noord Oost Gelderland)				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van mensenhandel.	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar specifieke focus op seksuele uitbuiting	Regionaal
Meldpunt Veiligheid en Zorg				
Meldpunt	Burgers kunnen melding maken van mensenhandel	Signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Lokaal
Nederlandse Arbeidsinspectie (SZW)				
Meldpunt	Houdt toezicht op werkomstandigheden in Nederland. Men kan melding maken van (vermoedens van) mensenhandel. Wanneer het gaat om mensenhandel komen deze bij OICM (Opsporing) terecht	Iedereen	Slachtoffers van arbeidsuitbuiting	Landelijk
Veilig Thuis Flevoland				
Meldpunt	Veilig Thuis kan helpen bij huiselijk geweld en kindermishandeling. Niet elke Veilig Thuis-situatie vermeldt specifiek met mensenhandel bezig te zijn, maar bijvoorbeeld uitbuiting door loverboys wordt soms onder de familiale sfeer gerekend. Veilig Thuis Flevoland heeft in samenwerking met Flevolandse gemeenten een meld-adviespunt mensenhandel opzet.	Slachtoffers, signaleerders en professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Veilig Thuis Utrecht				
Meldpunt	Veilig Thuis kan helpen bij huiselijk geweld en kindermishandeling. Niet elke Veilig Thuis-situatie vermeldt specifiek met mensenhandel bezig te zijn, maar bijvoorbeeld uitbuiting door loverboys wordt soms onder de familiale sfeer gerekend. Pilot binnen Utrecht Stad, tussen juni en december 2024 kunnen mensen melding maken van vermoedens van mensenhandel. Er wordt onderscheid gemaakt in het delen van vermoedens via een formulier (helpt om inzicht te krijgen in de problematiek), en het doen van een officiële melding bij Veilig Thuis Utrecht	Slachtoffers, signaleerders en professionals	Jongeren die slachtoffer zijn van seksuele of criminele uitbuiting	Lokaal
Zorg- en Veiligheidshuis Baronie				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook Zorgcoördinator van Noord-Brabant (Regio Breda/West-Brabant): heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Brabant Noordoost				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Brabant Zuidoost				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Zorg- en Veiligheidshuis De Markiezen				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook Zorgcoördinator Noord-Brabant (Regio Breda/West-Brabant): heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Drenthe				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. De ketenregisseur mensenhandel van Drenthe is hier belegd	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Fryslân				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. De ketenregisseur op het gebied van mensenhandel van de provincie Friesland is hier ondergebracht	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Gelderland Zuid - Regio Rijk van Nijmegen				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Groningen				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook zorgcoördinator van Groningen (provincie): heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Haaglanden				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Zorg- en Veiligheidshuis Hollands Midden				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis IJsselland				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Kennemerland				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Maastricht Heuvelland				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Midden-Brabant				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Midden-Limburg				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook Zorgcoördinator van Limburg-Noord en Limburg-Midden: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Zorg- en Veiligheidshuis Noord- en Oost Gelderland				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Noord-Holland Noord				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Noord-Limburg				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook Zorgcoördinator van Limburg-Noord en Limburg-Midden: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Parkstad				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook Zorgcoördinator van Limburg-Zuid: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Regio Arnhem				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Regio Utrecht				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal

Organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Zorg- en Veiligheidshuis Rotterdam-Rijnmond				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Twente				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis West Veluwe Vallei				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Westelijke Mijnstreek				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuis Zeeland				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook zorgcoördinator van Zeeland: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal
Zorg- en Veiligheidshuizen Flevoland				
Meldpunt	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen	Regionaal

B.3.2 Kenniscentra

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Leger des Heils				
Kenniscentrum	Bestrijden van mensenhandel en helpen slachtoffers	Slachtoffers en signaleerders	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
MEE-Veluwe				
Kenniscentrum	Zorgcoördinator van Gelderland: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
MetaStory Instituut				
Kenniscentrum	Opleidingsinstituut gespecialiseerd in mensenhandel voor professionals die te maken zouden kunnen krijgen met mensenhandel	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Nationaal Rapporteur Mensenhandel en Seksueel Geweld tegen Kinderen				
Kenniscentrum	Onderzoekt mensenhandel in Nederland, bijvoorbeeld hoe vaak het voorkomt en met welke kenmerken, en of het beleid werkt. Respectievelijk jaarlijks en tweejaarlijks worden resultaten over slachtoffers en daders gepubliceerd	Algemeen	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Offlimits Expertisecentrum Online Misbruik				
Kenniscentrum	Ondersteuning van mensen die te maken hebben (gehad) met online grensoverschrijdend gedrag en misbruik, in het bijzonder seksueel (kinder)misbruik en uitbuiting	Signaleerders, slachtoffer en daders	Slachtoffers van seksuele uitbuiting	Landelijk
Sterk Huis				
Kenniscentrum	Biedt hulp aan slachtoffers	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Centrum tegen Kinderhandel en Mensenhandel				
Kenniscentrum	Doet onderzoek naar mensen- en kinderhandel, om de aanpak daartegen te innoveren	Signaleerders (burgers en professionals) en bestuurders	Kinderen die slachtoffer zijn van seksuele of criminele uitbuiting	Landelijk

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid (CCV)				
Kenniscentrum	Expertisecentrum voor beleidsmakers en professionals, bijvoorbeeld door het ontwikkelen van interventies. Mensenhandel is één van de subthema's	Beleidsmakers en professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
FairWork				
Kenniscentrum	Stichting tegen arbeidsuitbuiting. Signalering en begeleiding van slachtoffers (door te informeren, helpen bij terugkeer, doen van aangifte, maken van melding, doorverwijzen). Organiseren campagnes en trainingen voor professionals	Slachtoffers (migranten), professionals en burgers	Slachtoffers van arbeidsuitbuiting	Landelijk
GGD Drenthe				
Kenniscentrum	Zorgcoördinator van Zuid-Holland: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden. Geeft advies aan burgers/professionals over (vermoedens van) mensenhandel en organiseert training en voorlichting. Begeleidt slachtoffers, regelt casemanagement en onderhoudt contact met ketenpartners		Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Het Collectief				
Kenniscentrum	Adviseert gemeenten m.b.t. beleid rondom mensenhandel en seksueel grensoverschrijdend gedrag. Begeleiden kinderen, jongeren, volwassenen op deze onderwerpen middels voorlichting, werken aan preventie en bieden hulp aan slachtoffers van mensenhandel. Samenwerking tussen Levvel en HVO-Querido	Burgers, beleidsmakers, slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Jeugdzorg Nederland				
Kenniscentrum	Ondersteunt aangesloten organisaties bij hun werk. Jeugdhulporganisaties kunnen aansluiten	Professionals	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
LIEC (Landelijk Informatie- en Expertisecentrum)				
Kenniscentrum	Ondersteunt RIECs bij bijvoorbeeld door middel van kennisontwikkeling, juridische ondersteuning, communicatie, ICT. Het RIEC-LIEC-netwerk is gericht op het tegengaan van ondermijning, door samenwerking tussen partijen te versterken, bewustwording te vergroten en kennis en expertise op het gebied van aanpak te delen	RIECs en ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Lumens/Expertisecentrum Mensenhandel en (jeugd)Prostitutie				
Kenniscentrum	Zorgcoördinator van Noord-Brabant: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Maatschappelijke Opvang Den Bosch				
Kenniscentrum	Zorgcoördinator van Noord-Brabant: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Moviera				
Kenniscentrum	Zorgcoördinator van Gelderland en Utrecht: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Nederlands Jeugdinstituut				
Kenniscentrum	Heeft expertise over criminele uitbuiting en seksuele uitbuiting bij kinderen en jongeren	Professionals	Jongeren die slachtoffer zijn van criminele en seksuele uitbuiting	Landelijk
RIEC Amsterdam-Amstelland				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
RIEC Den Haag				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
RIEC Limburg				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek. Onderdeel van RIEC Limburg is EURIEC, (Euregionaal Expertise- en Informatiecentrum), dat zich richt op grensoverschrijdende bestuurlijke aanpak van ondermijning	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
RIEC Midden-Nederland				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek. De ketenregisseur mensenhandel van Midden-Nederland is hier belegd	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
RIEC Noord-Holland				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek. Dit RIEC is verdeeld over drie kennisknooppunten (Kennemerland, Noord-Holland Noord, Zaanstreek-Waterland)	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
RIEC Noord-Nederland				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
RIEC Oost-Nederland				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
RIEC Rotterdam				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknooppunt voor casuïstiek	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Rode Kruis				
Kenniscentrum	Biedt ondersteuning aan slachtoffers (juridisch, hulp bij schadevergoeding, verblijfsvergunning, vinden familie)	Slachtoffers, specifiek migranten	Migranten die slachtoffer zijn van mensenhandel	Landelijk
Slachtofferhulp Nederland				
Kenniscentrum	Slachtofferhulp Nederland biedt ondersteuning aan slachtoffers van mensenhandel uit Nederland en uit andere EU-landen. De ondersteuning is gericht op de persoonlijke situatie van het slachtoffer. Ook is Slachtofferhulp Nederland er voor getuigen en andere betrokkenen	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Taskforce-RIEC Oost-Brabant				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknoppunt voor casuïstiek	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Taskforce-RIEC Zeeland West-Brabant				
Kenniscentrum	RIECs (Regionaal Expertise- en Informatiecentrum) houden zich bezig met het ondersteunen van overheidsdiensten en de maatschappij om ondermijning tegen te gaan. RIECs vormen een informatieknoppunt voor casuïstiek	Ketenpartners	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
VeiligheidsAlliantie regio Rotterdam				
Kenniscentrum	Heeft een kennisbank met het thema mensenhandel	Burgers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG)				
Kenniscentrum	Ondersteunt gemeenten in hun aanpak van mensenhandel en de ontwikkeling van beleid daarvoor, bijvoorbeeld door het Kader & Kompas Aanpak Mensenhandel	Gemeenten	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Yadeborg				
Kenniscentrum	Yadeborg biedt alleenstaande minderjarige vreemdelingen opvang en vangt meerderjarige (vermoedelijke) slachtoffers van mensenhandel en mensensmokkel op. Hen wordt opvang, begeleiding en ondersteuning geboden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal

Zorg- en Veiligheidshuizen				
Kenniscentrum	Kennisknooppunt waar alle Zorg- en Veiligheidshuizen samenkomen. Publiceert nieuws op het gebied van veiligheid, sociaal domein en zorg, waaronder mensenhandel	Actoren in de zorg- en veiligheidsketen	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk

B.3.3 Organisaties die meldpunt en kenniscentrum zijn

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
Coördinatiecentrum tegen Mensenhandel (CoMensha)				
Meldpunt en kenniscentrum	Registreert slachtoffers van mensenhandel en coördineert zorgcoördinatoren en andere organisaties. Analyseert trends en adviseert daarover. Ook zorgcoördinator van Overijssel: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en burgers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk
Expertisecentrum Mensenhandel en Mensensmokkel (EMM)				
Kenniscentrum	Samenwerkingsverband ontstaan vanuit behoefte om informatie, kennis en expertise m.b.t. mensenhandel te centraliseren, met name signalen en opsporingsonderzoeken. Ook nationaal contactpunt voor vragen vanuit het buitenland (coördinatie van Nederlandse bijdragen aan internationale projecten)	Opsporingsketen	Alle slachtoffers van mensenhandel	Landelijk

Fier				
Meldpunt en kenniscentrum	Expert op het gebied van geweld in afhankelijkheidsrelaties, verschaffen hulp aan slachtoffers en advies aan zorgprofessionals, en doen praktijkgericht onderzoek. Ook zorgcoördinator van Friesland: heeft expertise over het hulp- en	Slachtoffers en zorgprofessionals	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal

Type organisatie	Rol	Doelgroep	Categorieën slachtoffers	Schaal
	zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden			
Humanitas Expertisecentrum Seksualiteit, Sekswork en Mensenhandel (ESSM)				
Meldpunt en kenniscentrum	Biedt gespecialiseerde ondersteuning aan onder andere slachtoffers van mensenhandel. Melden kan via een telefoonnummer of formulier en komen bij een maatschappelijk werker terecht. Ook zorgcoördinator van Zuid-Holland: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal
Kenniscentrum Mensenhandel Twente, onderdeel van Zorg- en Veiligheidshuis Twente				
Meldpunt en kenniscentrum	Samenwerkingsverband dat ketenpartners in zorg en veiligheid verbindt. Ook zorgcoördinator van Overijssel: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Professionals en slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel, maar casus moet wel onder bepaalde aanmeldcriteria vallen als een professional melding wil maken	Regionaal
Stichting Hulp en Opvang Prostitutie (SHOP)				
Meldpunt en kenniscentrum	Zorgcoördinator van regio Haaglanden en Hollands Midden: heeft expertise over het hulp- en zorgaanbod voor slachtoffers van mensenhandel en kan hen naar de juiste opvang leiden	Slachtoffers	Alle slachtoffers van mensenhandel	Regionaal

C. Enquête

C.1 Introductie

Verschillende organisaties houden zich bezig met het tegengaan van mensenhandel in Nederland, door slachtoffers op te vangen, bewustwording te vergroten, kennis te delen of door open te staan voor signalen van (vermoedens van) mensenhandel. Toch blijven slachtoffers van mensenhandel, of dat nou criminele uitbuiting, seksuele uitbuiting of arbeidsuitbuiting⁷ betreft, vaak onzichtbaar. Dit komt bijvoorbeeld doordat niet iedereen weet dat mensenhandel in Nederland plaatsvindt, of welke signalen erop kunnen duiden dat iemand slachtoffer kan zijn van mensenhandel. Meldingen van (vermoedens van) mensenhandel komen ook niet altijd bij de juiste partij terecht, waardoor slachtoffers niet altijd goed geholpen worden en daders niet worden aangepakt.

In het kader van het Landelijk Actieplan Samen tegen Mensenhandel heeft het Coördinatiecentrum tegen Mensenhandel (CoMensha) aan Significant Public gevraagd twee inventarisaties te maken: één van de bestaande kenniscentra en meldpunten, en één van bewustwordingscampagnes rondom mensenhandel sinds 2020. Deze vragenlijst is onderdeel van die inventarisaties en gericht op organisaties die als kenniscentrum of meldpunt fungeren, en/of bewustwordingscampagnes over mensenhandel voer(d)en.

Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 20 minuten en het is mogelijk om antwoorden tussendoor op te slaan. Heb je vragen of opmerkingen over het onderzoek, dan kun je contact opnemen met Elis Maat (elis.maat@significant.nl) of Laurien van Eil (laurien.van.eil@significant.nl).

De resultaten uit deze vragenlijst zal CoMensha meenemen in de vervolgacties uit het Actieplan Samen tegen Mensenhandel. Zo zal de inventarisatie van de bestaande kenniscentra en meldpunten bijdragen aan het centrale informatiepunt. De inventarisatie van bestaande bewustwordingscampagnes zal bijdragen aan de acties van actielijn 1, die gaat over het creëren van brede bewustwording.

Alvast hartelijk bedankt voor je deelname.

C.2 Algemene informatie

1. Bij welke organisatie ben je werkzaam?
2. Is jouw organisatie gespecialiseerd in een specifieke vorm van mensenhandel? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - a. Ja, in criminele uitbuiting
 - b. Ja, in seksuele uitbuiting
 - c. Ja, in arbeidsuitbuiting
 - d. Ja, in gedwongen orgaanverwijdering
 - e. Nee, onze organisatie richt zich op meerdere of alle vormen van mensenhandel
3. Op welk niveau is jouw organisatie actief?

⁷ CoMensha definieert mensenhandel als "het werven, vervoeren of opnemen en huisvesten van mensen met het gebruik van dwang." Het doel daarbij is "uitbuiting van het slachtoffer." Vormen van uitbuiting zijn seksuele uitbuiting, criminele uitbuiting, arbeidsuitbuiting en gedwongen orgaanverwijdering. Bron: [Alles over mensenhandel - CoMensha](#)

- a. Regionaal niveau, namelijk in regio ..
- b. Landelijk niveau

C.3 Meldpunten voor mensenhandel

- 4. Kunnen mensen bij jouw organisatie melding maken van (vermoedens van) mensenhandel?
 - a. Ja. *Door naar blok meldpunten.*
 - b. Nee. *Door naar blok kenniscentra.*

C.3.1 Meldpunten

Onder een meldpunt verstaan we een organisatie waar een professional of inwoner een melding kan maken van (een vermoeden) van mensenhandel. Het gaat hierbij om externe meldpunten, wat inhoudt dat het meldpunt openbaar te vinden is.

- 5. Waar komen meldingen die jouw organisatie ontvangt vandaan? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - a. Professionals
 - b. Burgers
 - c. Anoniem
 - d. Andere organisaties, namelijk:
- 6. Hoe wordt er gemeld? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - a. Via een telefonische meldlijn
 - b. Via de mail
 - c. Via een online meldformulier
 - d. Via een fysiek meldpunt
 - e. Anders, namelijk:
- 7. Welke acties onderneemt jouw organisatie bij een melding? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - a. Wij beoordelen of het inderdaad om een mogelijk geval van mensenhandel gaat.
 - b. Wij sturen de melding door naar CoMensha.
 - c. Wij doen onderzoek om de dader aan te pakken.
 - d. Wij zorgen ervoor dat het slachtoffer steun ontvangt.
 - e. Wij sturen de melding door naar een andere organisatie, namelijk...
 - f. Anders, namelijk:
- 8. Welke verbeterpunten zie je ten aanzien van de opvolging van jullie acties?
 - a. Vrij invullen.

C.3.2 Kenniscentra

Onder een kenniscentrum wordt verstaan een organisatie die focust op het verkrijgen en verspreiden van kennis met betrekking tot mensenhandel.

- 9. Is jouw organisatie een kenniscentrum voor mensenhandel?
 - a. Ja, mijn organisatie verzamelt informatie en verspreid kennis over mensenhandel.
 - b. Nee, mijn organisatie heeft informatie en kennis over mensenhandel, maar deze delen we niet. *Door naar campagne vragen.*
 - c. Nee, mijn organisatie is geen kenniscentrum over mensenhandel. *Door naar campagne vragen.*

-
10. Wat is de naam van het kenniscentrum?
- a. Vrij in te vullen
11. Wat is de website van het kenniscentrum?
- a. Vrij in te vullen
12. Wat is het doel van het kenniscentrum?
- a. Vrij invullen.
13. Hoe bieden jullie kennis aan? (*Meerdere antwoorden mogelijk*)
- a. Via onze website
- b. Via trainingen
- c. Via onlinecursussen en/of webinars.
- d. Via conferenties
- e. Doormiddel van video's
- f. Nieuwsbrieven
- g. Anders, namelijk;
14. Op welke doelgroep richt het kenniscentrum zich? *Meerdere antwoorden mogelijk.*
- a. Burgers
- b. Slachtoffers
- c. Professionals
- d. Bestuurders
- e. Overig, namelijk....

C.4 Bewustwordingscampagnes

15. Voert de organisatie waarbij je werkzaam bent campagne om het bewustzijn rondom mensenhandel te vergroten, bijvoorbeeld onder burgers, slachtoffers en professionals?
- a. Ja, mijn organisatie heeft zelf een bewustwordingscampagne opgezet.
- b. Ja, mijn organisatie heeft een bewustwordingscampagne gedeeld, maar deze was door een andere organisatie opgezet.
- i. *Door naar afsluitende vragen.*
- c. Nee
- i. *Door naar afsluitende vragen.*
16. Wanneer hebben er bewustwordingscampagnes plaatsgevonden? *Meerdere antwoorden mogelijk*
- a. De campagnes die mijn organisatie heeft gevoerd, vonden plaats voor 2020.
- i. *Door naar afsluitende vragen.*
- b. Er heeft minstens één campagne plaatsgevonden tussen 2020 en nu. Deze campagne(s) is beëindigd.
- i. *Door naar volgende vraag.*
- c. Er heeft minstens één campagne plaatsgevonden tussen 2020 en nu. Deze campagne loopt nog.
- i. *Door naar volgende vraag.*
17. Hoeveel campagnes heeft jouw organisatie gevoerd tussen 2020 en nu?

- a. Eén.
- b. Twee.
- c. Meer dan twee

Bij 1 of 2: Hieronder volgt een aantal vragen over de campagnes die jouw organisatie heeft gevoerd. Vul de vragen telkens voor één campagne in. De vragen worden straks herhaalt voor de andere campagne(s). Bij meer dan 2: We komen graag meer te weten over de campagnes die volgens jou het belangrijkste waren. Vul de volgende vragen in op basis van de drie belangrijkste campagnes die jouw organisatie heeft gevoerd.

18. Wat is de naam van de campagne? Wanneer mogelijk, geef dan ook een link naar de campagne.
 - a. Vrij invullen.
19. Is het een regionale of een landelijke campagne?
 - a. Regionaal, namelijk in regio ..
 - b. Landelijk
20. Op welke vorm van mensenhandel richt de campagne zich? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - a. Criminele uitbuiting.
 - b. Seksuele uitbuiting.
 - c. Arbeidsuitbuiting.
 - d. Gedwongen orgaanverwijdering.
21. Wie is de doelgroep van de campagne?
 - a. Burgers
 - b. Slachtoffers
 - c. Professionals
 - d. Bestuurders
 - e. Anders, namelijk....
22. Wat is het doel van de bewustwordingscampagne? *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - a. Bewustwording vergroten
 - b. Meldingen stimuleren
 - c. Gedragsverandering bevorderen
 - d. Geld inzamelen
 - e. Anders, namelijk:
23. Hoe ziet de bewustwordingscampagne eruit (fysiek, online, filmpjes, foto's, quotes etc.)?
 - a. Vrij invullen.
24. Wat zijn (ongeveer) de kosten van de bewustwordingscampagne?
 - a. < € 10.000
 - b. € 10.000 - € 30.000
 - c. Meer dan € 30.000
25. Wat is de looptijd van de bewustwordingscampagne?
 - a. Een aantal dagen.
 - b. Een aantal weken.
 - c. Een aantal maanden.
 - d. Een halfjaar of langer.

- e. De campagne heeft geen eindmoment.
26. Loopt de campagne nog?
- a. Ja. *Door naar aanvullende interviews.*
 - b. Nee. *Door naar vragen evaluatie.*

C.4.1 Inzicht in de resultaten van de bewustwordingscampagnes

27. Hebben jullie inzicht in de resultaten van de bewustwordingscampagne?
- a. Ja, wij hebben hier onderzoek naar gedaan of hebben hier een beeld bij.
 - i. *Door naar vragen effectiviteit campagne.*
 - b. Nee, we hebben geen inzicht in de resultaten.
 - i. *Door naar afsluitende vragen.*

C.4.2 Effectiviteit campagne

28. Op wat voor manier denk je dat de campagne effect heeft gehad? Leg uit waaruit je dat opmaakt.
- a. Vrij invullen
29. Indien bekend: wat was het bereik van de bewustwordingscampagne? (bijvoorbeeld aantal views op social media zoals Facebook, Instagram of TikTok, websitebezoek etc.)
30. Het aantal meldingen van mensenhandel is na de campagne toegenomen.
- a. Ja
 - b. Nee
 - c. Weet ik niet/dit is niet meegenomen in de evaluatie.
31. De kennis over mensenhandel is naar aanleiding van de campagne toegenomen.
- a. Ja
 - b. Nee
 - c. Weet ik niet/dit is niet meegenomen in de evaluatie.
32. De bewustwording rondom signalen van mensenhandel is naar aanleiding van de campagne toegenomen.
- a. Ja
 - b. Nee
 - c. Weet ik niet/dit is niet meegenomen in de evaluatie.
33. De bekendheid van het meldpunt is naar aanleiding van de campagne toegenomen.
- a. Ja
 - b. Nee
 - c. Weet ik niet/dit is niet meegenomen in de evaluatie.
34. Zijn er andere resultaten bekend die de campagne heeft opgeleverd? Licht hieronder toe.
35. Is er een onderzoeksrapport opgesteld of een document met de resultaten van de campagne? Zo ja, kun je dit bestand hieronder uploaden?
- a. Bestandsupload.

C.5 Afsluitende vragen

36. Op basis van de resultaten van deze enquête willen we een aantal verdiepende interviews uitvoeren met organisaties die bewustwordingscampagnes voeren. Deze interviews vinden online plaats duren ongeveer één uur. Mogen we jou benaderen om deel te nemen aan één van deze interviews?
- b. Ja, mijn emailadres is:
 - c. Nee
37. Als afsluiting van dit onderzoek willen we graag een aantal bijeenkomsten organiseren om onze bevindingen te delen en te toetsen bij organisaties die zich bezighouden met (het tegengaan van) mensenhandel. Deze gesprekken gebruiken we als input voor onze conclusies en aanbevelingen. Deze bijeenkomsten duren ongeveer één uur en vinden online plaats. Mogen we jou benaderen om deel te nemen aan één van deze bijeenkomsten?
- d. Ja, mijn emailadres is:
 - e. Nee
38. Zijn er naast de genoemde punten nog andere belangrijke zaken waar uw organisatie zich mee bezighoudt voor het signaleren van mensenhandel en het registreren van meldingen, of heeft u verdere opmerkingen die u belangrijk vindt om te noemen?
- f. Vrij invullen.