



New Momentum



MANO



ERASMUS UNIVERSITY ROTTERDAM

# BECOMING A ROTTERDAMMER

Een creatieve manier om nieuwkomers te helpen zich verbonden te voelen met hun nieuwe thuis.





# Inleiding

Stichting Mano zet zich al jaren in voor de noden van nieuwe bewoners in Rotterdam. Wij weten en zien dat het een uitdaging is voor veel nieuwkomers om hun weg te vinden in de stad. Ook in verschillende studies is aangetoond dat ondanks vele inspanningen, nieuwkomers vaak vastlopen in het systeem (met het systeem bedoelen we het geheel van de Nederlandse onderwijs- en arbeidsstructuur alsook maatschappelijke normen). Het veranderen van dat systeem is complex en vereist langdurige inspanning. Voor nieuwkomers die nu in Rotterdam aankomen, kunnen deze systeemwijzigingen dan ook te laat komen. **Daarom hebben wij samen met New Momentum en Erasmus University het onderzoek 'Becoming a Rotterdammer' uitgevoerd en voor een andere benadering gekozen.** Wij richten ons op nieuwkomers met wie het goed gaat, omdat ze dingen anders doen. Nieuwkomers die excelleren, die goed gedijen en zich verbonden voelen met hun nieuwe leefomgeving. Het doel is om hun ervaringen en strategieën te delen met andere nieuwkomers, zelflerende gemeenschappen op te richten en de ervaringen te delen met werkcoaches en werkgevers in Rotterdam. Zo hopen wij kansen te creëren voor nieuwkomers om mee te doen in de Rotterdamse maatschappij en bij te dragen aan een duurzame economie in een stad waar mensen zich vrij, veilig en comfortabel voelen.

Hier leest u de samenvatting van de uitvoering en uitkomsten van dit actieonderzoek 'Becoming a Rotterdammer'.



# Hoofdstuk 1

## Methodiek 'Becoming a Rotterdammer'

Wij hebben gebruikgemaakt van de 'Positieve Deviatie (PD)' -strategie. Dit is gebaseerd op het idee dat er binnen elke gemeenschap individuen of groepen zijn die betere oplossingen hebben gevonden om met problemen om te gaan dan anderen, ondanks dat ze voor dezelfde uitdagingen staan en toegang hebben tot dezelfde middelen. De stappen die wij hebben gezet zijn 1; het vinden van deze zogenaamde positieve uitzonderingen (vanaf nu 'vernieuwers' genoemd), 2; begrijpen wat ze anders doen dan anderen en 3; hun lessen delen binnen de gemeenschap.

## Het vinden van de vernieuwers

Het onderzoek richtte zich op drie doelgroepen van nieuwkomers: jonge mannen met Eritrese en Ethiopische achtergrond, vrouwen tussen de 20-40 jaar met Iraanse en Afghaanse achtergrond en nieuwkomers met Syrische achtergrond. We ontwikkelden en verspreidden een enquête onder deze groep. De enquête had tot doel inzicht te krijgen in de kenmerken van de nieuwkomers, hun gevoel van verbondenheid en hun veerkracht. Verbondenheid betekent dat mensen zich verbonden voelen met een plek waar ze zich vrij voelen, vrienden hebben en gelijk behandeld worden. Veerkracht verwijst naar het vermogen om terug te veren na tegenslagen, essentieel voor een sterk gevoel van verbondenheid.

We hielden interviews met de door de enquête geïdentificeerde vernieuwers om hun unieke strategieën te begrijpen en valideerden deze door te controleren in hoeverre andere nieuwkomers deze strategieën toepassen. Tevens hebben wij werkconsulenten en werkgevers betrokken bij het onderzoek, omdat zij beiden een grote rol spelen in het vinden van werk voor de nieuwkomers. Wij hebben aan het begin en aan het eind interviews afgenomen met twee werkconsulenten en voor de werkgevers hebben wij een enquête ontwikkeld om patronen te ontdekken.

## Begrijpen wat zij anders doen dan anderen

Welke gedragingen vertonen de vernieuwers die anderen niet vertonen? Om dit te begrijpen zoomden we verder in op het genoemde gedrag. Dat gedrag hebben we gecategoriseerd en op kaarten geschreven. Deze kaarten vormden de basis van workshops waar groepen nieuwkomers per onderwerp aan konden geven in hoeverre zij deze dingen ook hebben ingezet. Gedragingen die weinig werden ingezet door andere deelnemers konden dan worden aangemerkt als onderscheidend. De gedragingen die als 'zelden voorkomend maar makkelijk toe te passen' werden gezien, zien wij als lessen voor de nieuwkomers. Gedragingen die als 'zelden voorkomend en moeilijk toe te passen' worden gezien, worden als les meegegeven voor bijvoorbeeld stichting Mano, de gemeente of werkgevers.



## Hun lessen delen binnen de gemeenschap

Tijdens de laatste fase organiseerden we co-creatie workshops onder leiding van mediaprofessionals om samen met de nieuwkomers te bedenken hoe de gedragingen van de vernieuwers geconsolideerd en binnen hun gemeenschap verspreid konden worden. Als concrete ideeën kwamen hieruit:

- De ontwikkeling van Mano App, een app ontworpen om nieuwkomers te helpen met alle relevante informatie over meedoen in Rotterdam.
- De uitbreiding van het maatjes- traject, waar nieuwkomers zelf hun maatje kunnen kiezen, de duur is verlengd en meer zichtbaarheid is over waar nieuwkomers zich aan kunnen melden en
- Een community-support initiatief voor vrouwen, in de vorm van een platform voor informatie-uitwisseling, sociale activiteiten en vaardigheidstrainingen specifiek voor vrouwen.





# Hoofdstuk 2

## Resultaten

**Met de enquête kregen we beter inzicht in de nieuwkomers en hun gevoel van verbondenheid. Verdere interviews gaven nog meer diepgang. Wat maakt voor de vernieuwers dat ze zich thuis voelen?**

- Uit de analyse bleek dat het **aantal jaren** in Rotterdam een significante invloed heeft op het gevoel van verbondenheid: hoe langer een nieuwkomer in Rotterdam woont, des te sterker het gevoel van verbondenheid.
- **Werk** blijkt een belangrijke factor te zijn voor socio-economische integratie. Het hebben van een baan biedt niet alleen financiële voordelen, maar ook **sociale interacties en emotioneel welzijn**.
- De plaats en duur van het onderwijs beïnvloeden de arbeidsmogelijkheden, waarbij **langer en in Nederland gevolgd onderwijs vaak leidt tot betere kansen op de arbeidsmarkt**. Nieuwkomers die hun studie in een ander land dan hun land van herkomst hadden gevolgd, hadden betere kansen op werk dan degenen die in hun eigen land hadden gestudeerd.
- **Taalvaardigheid** speelt volgens de literatuur een fundamentele rol in integratie, hoewel onze bevindingen geen significante correlatie lieten zien tussen beheersing van de Nederlandse taal en het gevoel van verbondenheid. **Dit geeft aan dat taal voornamelijk als middel dient om zich verbonden te voelen, niet als het uiteindelijke doel**. Nieuwkomers die actief bezig waren met zelfstudie en digitale media om hun Nederlands te verbeteren, vonden hierin vaak een sterke motivatie en middelen om sociale contacten en werk te vinden.
- **Vriendschappen** en sociale netwerken blijken ook cruciaal te zijn voor het gevoel van verbondenheid. De herkomst van die vrienden varieert; het is veelal een combinatie van vrienden uit hetzelfde herkomstland en vrienden uit Nederland. Het aantal vrienden en sociale interacties heeft een sterke positieve invloed.
- De interviews met **werkcoaches** toonden aan dat een persoonlijke benadering, begrijpen van individuele achtergronden, en het **bevorderen van autonomie** en communicatieve vaardigheden essentieel zijn voor succesvolle begeleiding van nieuwkomers. De werkcoaches benadrukten de noodzaak van vroegtijdige betrokkenheid bij werk en sociale activiteiten en het aanpassen aan individuele behoeften en cultuur.



- Bij **werkgevers** werd duidelijk dat succesvolle initiatieven in het aannemen en behouden van nieuwkomers vaak ondersteund werden door zowel **financiële als praktische hulp** van de gemeente.

## Hoofdstuk 3

### Aanbevelingen – het betrekken van de nieuwkomers bij ontwikkelen van beleid

Welke tools kunnen maatschappelijke organisaties, nieuwkomers zelf, werkgevers en werkcoaches inzetten om nieuwkomers te ondersteunen in hun gevoel van verbondenheid? Met de inzichten van dit onderzoek zijn we tot de volgende aanbevelingen gekomen.

#### Voor nieuwkomers

- Doe actief mee met taalcursussen en **dompel je onder** in de lokale cultuur.
- Bouw **proactief** lokale netwerken op, middels platforms zoals LinkedIn en sociale media.
- Doe mee met **lokale activiteiten en vrijwilligerswerk** bij organisaties zoals Mano.
- Maak gebruik van **taalcursussen en praktische vaardigheidstrainingen** van nieuwkomersorganisaties
- **Volg workshops** die zich richten op de Nederlandse cultuur en het opbouwen van sociale netwerken.

#### Voor werkcoaches

- **Zet evaluatie- en feedbackmechanismen** op om voortdurend de impact van integratieprogramma's te beoordelen en noodzakelijke aanpassingen te kunnen maken. Door nieuwkomers actief te betrekken bij het vormgeven en ontwerpen ervan, kunnen hun perspectieven, behoeften en inzichten rechtstreeks meegenomen worden in de ontwikkeling ervan.

#### Voor werkgevers

- **Erken de vaardigheden, ervaringen en kwalificaties** die nieuwkomers meebrengen uit hun thuisland. Nieuwkomers hebben vaak diverse achtergronden en professionele ervaringen die een positieve bijdrage kunnen leveren aan de werkomgeving. Vermijd veronderstellingen die alleen gebaseerd zijn op hun vluchtelingenstatus.

# Hoofdstuk 4

## Eindconclusie – Rotterdam als mozaïek

**De resultaten onderstrepen de noodzaak voor een alomvattende, empathische en flexibele benadering, afgestemd op de individuele omstandigheden van de nieuwkomers, om zo hun kans voor verbondenheid met hun nieuwe thuis te vergroten.**

‘Becoming a Rotterdammer’ laat zien dat de integratie van nieuwkomers in Rotterdam afhangt van een synergie tussen diverse stakeholders waaronder de gemeente, nieuwkomersorganisaties, werkgevers en de nieuwkomers zelf. Ieder speelt een essentiële rol in het vormen van een ondersteuningsnetwerk dat culturele, professionele en sociale integratie bevordert. Deze collectieve inspanning vergemakkelijkt niet alleen de integratie van nieuwkomers, maar verrijkt ook de dynamische culturele mozaïek die de stad Rotterdam zo mooi maakt!



# BECOMING A ROTTERDAMMER

Copyrights® Stichting Mano 2024

