

## Beleidsvoorstel 1: het verhogen van adoptiesensitiviteit in de maatschappij

Datum: 18/11/2022

Auteur: Werkgroep zorg en begeleiding

Onderwerp: Beleidsvoorstel 1: Het verhogen van adoptiesensitiviteit in de maatschappij

### Het verhogen van adoptiesensitiviteit in de maatschappij

- a) Wat willen we dat er aangeboden wordt?
- De werkgroep wil meer bewustzijn creëren in de maatschappij over adoptie in al zijn facetten. Er is een gebrek aan kennis over met adoptie verwante thema's en moeilijkheden. Geadopteerden, adoptieouders en eerste ouders stellen vast dat dit kan leiden tot foute veronderstellingen en moeilijkheden voor adoptiebetrokkene(n) die vermeden kunnen worden.
  - De werkgroep stelt vast dat sensibilisering over adoptie in al zijn aspecten onvoldoende gebeurt in Vlaanderen.
  - De werkgroep stelt daarom voor om een algemene, jaarlijkse sensibiliseringscampagne over adoptie te lanceren in de maand november, de internationale **Adoption Awareness Month**. Dit is een eerder spontaan gegroeide beweging waarbij in de maand november meer en meer adoptiebetrokkene(n) uit meerdere landen actie ondernemen om adoptie in de kijker te zetten. De beweging groeide vanuit de Verenigde Staten en evolueerde van een promotiecampagne voor adoptie tot een bewustwordingscampagne over adoptie in al zijn facetten.
  - Adoptiethema's worden belicht vanuit het perspectief van **iedereen die van nabij met adoptie te maken heeft**. Eerste ouders uit Nederland die betrokken werden als stakeholders geven specifiek aan dat het perspectief van eerste ouders momenteel ontbreekt in Vlaanderen. De werkgroep is zich hiervan bewust. Het is momenteel niet duidelijk wie de eerste ouders hier kan vertegenwoordigen en we willen hier dan ook verder naar op zoek gaan.

#### Concrete uitwerking:

- Er wordt een **#hashtag en logo** ontworpen voor alle stakeholders zodat zij **éénvormig** over de initiatieven kunnen communiceren.
- Stakeholders creëren en lanceren **eigen initiatieven** waardoor alle stemmen en stijlen aan bod komen.
- Hierbij krijgen lotgenotengroepen **financiële ondersteuning** om initiatieven uit te werken.
  - SA maakt op dit moment zelf al middelen vrij (4x 500 EUR) voor een incentives programma, dus is goed geplaatst om dit uit te werken. De kerndoelstelling van het huidige incentives programma is een nieuw, laagdrempelig zorgaanbod bevorderen, uitgewerkt door groepen of individuen.
  - Een financiële bijdrage wordt voorzien via een nieuw jaarlijks incentive programma van Steunpunt Adoptie, waarvoor er vanuit de overheid middelen beschikbaar moeten worden gemaakt.

- Een panel met medewerkers van VCA en SA wordt samengesteld om de projecten goed te keuren met volgende voorwaarden:
  - De belangengroepen werken actief rond **adoptiegerelateerde thema's** en organiseren niet enkel informele bijeenkomsten.
  - De projecten zijn **in lijn zijn met de doelstelling** die we vooropstellen, namelijk sensibilisering over adoptie in al zijn facetten. Elke belangengroep of organisatie kan hierin een bijdrage doen door een thematiek te kiezen, bijvoorbeeld DNA-onderzoek of het delen van getuigenissen.
- Te faciliteren door **Agentschap Opgroeien** als overheidsadministratie.
- Het concrete initiatief wordt genomen door één van de bestaande adoptiepartners, in samenwerking met de andere partners: belangengroepen van geadopteerden, Steunpunt Adoptie, VAG, Afstammingscentrum en adoptiediensten.
- Samenwerking met een sterke **mediapartner** die voeling heeft met het onderwerp is nodig om campagnes mee uit te werken.
- Er is voldoende **input van volwassen geadopteerden, adoptie experts, eerste ouders en adoptieouders**. Aangewezen is om in het productieproces zoveel mogelijk **geadopteerde professionals** die werkzaam in volgende domeinen te betrekken: fotografen; copywriters; camera; monteurs; beeldende kunstenaars/graficus; regisseurs; scenaristen.
- Er zou, in analogie met vermeldingen die organisaties zoals Tele-Onthaal en Zelfmoordlijn krijgen bij relevante televisieprogramma's, eenzelfde standaard vermelding voor **Steunpunt Adoptie** kunnen komen als het een uitzending rond adoptie gerelateerde thema's betreft.
- Een samenwerking met het **ministerie van onderwijs** zal nodig zijn om de campagnes via het onderwijs te verspreiden
- Opzet en verspreiding: Er wordt een gezamenlijke # (**hashtag**), **slagzin, logo, brochures** gecreëerd. Deze wordt gedeeld via sociale media; reguliere media; relevante organisaties en sectoren; wachtzalen van (kinder)artsen en ziekenhuizen en scholen.
- Stakeholders creëren en delen **eigen initiatieven**.
  - Steunpunt kan via incentives adoptiebelangengroepen ondersteunen
  - Er wordt een start- en einddatum afgesproken
  - 1 centraal thema dat extra aandacht krijgt wordt gekozen. Stakeholders krijgen de vrijheid en ruimte zelf initiatieven te creëren vanuit het eigen perspectief en stijl.
- Campagnes via allerlei **media**: Televisie; radio; kranten en tijdschriften; facebook; instagram; twitter; Tik Tok; brochures verspreid via overheidsorganisaties en diensten; adoptiebelangengroepen; kinderrechtencommissariaat; Vlaamse jeugdraad;...
- **Diversiteit in het aanbod**: Alle stemmen komen aan bod. Er komt extra aandacht voor het belang van ervaringen en getuigenissen van eerste ouders omdat deze decennialang niet aan bod zijn gekomen.
- **Privacy**: Minderjarige geadopteerden kunnen bij campagnes **niet herkenbaar** in beeld komen, omwille van het beschermen van de **privacy** van de minderjarige betrokkene. Dit is extra van toepassing op minderjarigen met bijzondere zorgnoden
- Een Nederlandse adoptiecoach (stakeholder) doet volgende bijkomende voorstellen:
  - Een bijkomend voorstel is om een **jaarlijks symposium** te organiseren in samenspraak met Nederland, georganiseerd door geadopteerden uit België en Nederland en gefinancierd vanuit beide landen. Ook dit zou in de maand november kunnen plaatsvinden. Dit sluit ook aan bij een voorstel vanuit de stakeholdersgroep om ook evenementen te organiseren waarbij geadopteerden en niet-geadopteerden elkaar ontmoeten.
  - Een ander voorstel is om een **open onderzoekscentrum** op te richten, waarbij betrokken partijen hun onderzoeksvragen kunnen stellen.

b) Wat zijn de kerndoelstellingen?

We willen in de maatschappij een groter draagvlak creëren voor adoptierelevante thema's, door het in de aandacht brengen en bespreekbaar maken van adoptiegerelateerde problemen zoals:

- adoptietrauma en racisme bij geadopteerden;
- problematiek waarmee eerste ouders geconfronteerd worden;
- uitdagingen van adoptie van kinderen met bijzondere zorgnoden;
- impact terminologie inzake adoptie.

c) Waarom vinden we dit belangrijk? Wat is onze motivatie van dit voorstel. Op welke vragen en noden willen we een antwoord bieden?

Sensibilisering van de globale maatschappij over adoptie gebeurt onvoldoende. Geadopteerden, adoptieouders en eerste ouders ervaren dat er vaak nog een taboe heerst over adoptiegerelateerde problemen.

d) Voor wie is dit aanbevolen aanbod bedoeld? Specificeer zo concreet als mogelijk.

We richten ons met de campagnes tot een zo ruim mogelijke doelgroep:

- Maatschappij en samenleving
- Scholen, onderwijzend personeel, voor- en naschoolse opvang, studentenbegeleiders hogescholen en universiteiten
- Eerstelijns hulpverlening: CAW, CLB, K&G regioverpleegkundigen
- Centra Geestelijke Gezondheidszorg
- Jeugdhulp/ netwerken jeugdhulp
- Huizen Van Het Kind en opvoedingswinkels
- Jeugdbewegingen en speelpleinwerkingen
- Medische beroepen
- Huizen Van Het Kind en Opvoedingswinkels
- Slachtofferhulp
- Politiediensten/ Jeugdbrigade
- Vrijwilligers Zelfmoord1813