

Ten eerste

De louche praktijken van de

Mensensmokkelaars in Turkije gebruiken sociale media om aan klanten te komen. Ook bouwen ze er aan hun imago: 'Jullie veiligheid is ons motto.'

Door **Sakir Khader** en **Anneke Stoffelen**

Wij bieden een toeristenjacht aan. Vanuit Istanbul naar Griekenland. Twintig minuten vanaf het vertrekpunt tot aan het Griekse Mitelini. Enkel voor de serieus geïnteresseerde.' Onder de tekst en telefoonnummers staat een foto van een blitsjacht dat door de azuurblauwe zee scheert.

Een andere oproep op Facebook in het Arabisch: 'De beste rubberenbootreis vanuit Istanbul. Echt een prachtige reis. Kosten: 1.300 dollar per persoon, 'speciale prijs voor groepjes'. Wie een boottocht te lang vindt duren, kan ook met een jetski naar de overkant worden gebracht, in tien minuten, zo is het verhaal. Wel tien dure minuten: 2.300 euro per persoon.

Sommige aanbieders hebben speciale kinderkorting: tot 4 jaar gratis, tot 12 jaar voor de helft van het geld.

Laat je de exorbitante prijzen weg, dan zou je bijna kunnen denken dat het hier om vrolijke vakantieeizen gaat. Maar met deze advertenties, afgelopen weken op Facebook gevonden, werven smokkelaars in Turkije migranten voor een overtocht van de Egeïsche kust naar de Griekse eilanden.

Sociale media spelen een steeds belangrijker rol in de wereld van de mensensmokkelaars, zegt de Italiaanse criminoloog Andrea Di Nicola, die zich heeft gespecialiseerd in de handelwijze van smokkelnetwerken. 'Dat is iets van de laatste twee jaar. Vooral Facebook wordt ongelooflijk veel gebruikt. Dat is ook logisch, uiteindelijk zijn smokkelaars ook gewoon ondernemers die hun diensten willen slijten. De voordelen van sociale media zijn duidelijk: je hebt wereldwijd bereik, het kan snel en anoniem.'

Smokkelaar Abdul Aziz, werkzaam vanaf de Libische kust, vertelde dit voorjaar aan de BBC dat hij dagelijks via Facebook tien tot twintig keer wordt benaderd over zijn reisaanbod. 'Tot 2012 deden we helemaal niet aan sociale media. Nu bepalen ze 30 tot 40 procent van mijn omzet.'

Ook Europol, de Europese politiedienst die de werving door mensensmokkelaars op internet moet tegen gaan, ziet dat sociale media veelvuldig worden gebruikt om trips aan te bieden. 'Sommige accounts zien er hetzelfde uit als die met de aanbiedingen van normale reisbureaus', aldus een woordvoerder. Er worden volgens haar op het web veel 'onrealistische, zogenaamd veilige trips' naar de Europese kusten aangeboden.

'Jullie veiligheid is ons motto en jullie aankomst ons doel', schrijft bijvoorbeeld een anonieme smokkelaar die opereert onder het Facebook-account 'Smokkel vanuit Turkije naar de meeste Europese landen'. 'Er is ook een super-de-luxe jacht van twee verdiepingen beschikbaar.'

Nep

'Die jachten zijn natuurlijk nep', zegt Abu Zain, een Syrische smokkelaar uit Istanbul, over de telefoon tegen de Volkskrant. 'Je gaat niet met het jacht adverteren waarmee je de volgende dag vertrekt. Dan word je gepakt.' Zelf verspreidt hij via Facebook zijn telefoonnummer en de prijzen voor de diverse trips die hij aanbiedt. 'Groepen vanaf tien personen krijgen 100 dollar korting per persoon.' Ook deelt hij online de ervaringen van eerdere, tevreden klanten.

Europol werkt met twee gespecialiseerde teams die op het web het werk van smokkelaars monitoren en analyseren. Wervende advertenties gericht op illegale migratie worden doorgestuurd naar de verantwoordelijke mediabedrijven zoals Facebook, om ze te laten verwijderen. Maar het is vechten tegen de bierkaai. Er verschijnen voortdurend nieuwe accounts. 'Ook de waaier aan gebruikte talen maakt de bestrijding ingewikkeld', aldus de Europol-woordvoerder.

Angst om gepakt te worden, lijkt er online nauwelijks te zijn. Smokkelaars delen openlijk telefoonnummers en soms ook hun volledige naam. 'De Turkse overheid zit ons niet echt op de hielen', vertelt de Syriër Abu Saïf telefonisch vanuit het Turkse Izmir. Hij helpt landgenoten de oversteek te maken naar Griekenland. 'De autoriteiten weten en zien alles. Maar ze pakken je alleen op als ze je op het daad betrappen. Anders niet.'

Saïf gebruikt sociale media niet zozeer om mensen te trekken. 'Ik kom altijd aan mijn klanten via personen die al bij me zijn geweest.' Het interview wordt onderbroken door inkomende telefoongesprekken. 'Ook weer mensen die via mijn naam hebben gekregen', zegt hij nadat hij een potentiële klant te woord heeft gestaan. 'Ze komen op aanraden van mensen die bij mij de oversteek hebben gemaakt. Mijn naam is belangrijk.'

En juist daarvoor gebruikt Abu Saïf Facebook: als middel om zijn imago te bevestigen, zodat migranten die van anderen zijn naam hebben gekregen, kunnen zien dat het bij hem wel goed zit. Op zijn Facebook-account

Andrea Di Nicola deed twee jaar onderzoek onder mensensmokkelaars en schreef daarover met een journalist het boek *Schipper mag ik overvaren?* dat binnenkort in Nederland verschijnt. Zijn ervaring is ook dat smokkelaars zichzelf presenteren als 'good guy'. 'Veel geïnterviewden zeiden: ik ben een goed persoon, ik help deze mensen, ik ben hun enige optie op een veilig bestaan. Dat noemen we in de criminologie neutralisatietechniek. Je neutraliseert je schuldgevoel door jezelf wijs te maken dat je goed bezig bent. Maar tijdens onze interviews leek het er meer op dat smokkelaars deze verhalen ophingen om hun eigen reputatie hoog te houden, dan dat ze zich werkelijk zorgen maken over het lot van de vluchtelingen. Smokkelaars zeggen: 'We willen voorkomen dat er mensen sterven op zee.' Dat is ook echt zo. Maar niet vanwege de mensenlevens, maar omdat het hun eigen zaken zou schaden. Het is desastreus voor hun reputatie als mensen de overkant niet halen.'

Met de winter in aantocht wordt de zee onstuimiger. Maar de vraag naar en aanbod van bootreizen hebben daar nog geenszins onder te lijden, integendeel. Rahaaf Nashed, een Syrische vrouw van 26 die in Izmir klanten werft voor een smokkelaar, zegt telefonisch dat ze nog steeds veel wordt gebeld. 'Het zijn meestal mensen die ons hebben gevonden via Facebook.' Mocht het slechte weer roet in het eten gooien, dan is dat volgens Nashed geen probleem. 'Wordt een gepland reisje afgelast, dan overnachten de mensen op onze kosten, totdat het weer goed is.'

Het slechte weer leidt ook tot nieuwe ondernemingszinn, blijkt bij Facebookgroepen waarin advertenties worden gedeeld voor alles wat je nodig hebt onderweg, van taxiriten, huurappartementen in Athene tot smartphones. Het nieuwste aanbod: gele regenkleding, verkrijgbaar als poncho of tweedelig pak. 'Voor mijn geliefde broeders en zusters die op reis gaan vanuit Turkije naar Griekenland', schrijft ene Sahin Al-Ali onder twee foto's waarop een man in de regenpakken poseert. 'Het weer is al enkele dagen regenachtig. Ik adviseer jullie een regenjas te kopen omwille van jullie gezondheid.'

UNHCR

'5.000 vluchtelingen per dag uit Turkije'

De EU-landen moeten er rekening mee houden dat de komende maanden ondanks het winterweer dagelijks mischien wel vijfduizend vluchtelingen uit Turkije zullen arriveren. Die waarschuwing heeft de VN-vluchtelingenorganisatie UNHCR donderdag geuit. 'Daarmee zal het totale aantal voor dit jaar boven de miljoen uitkomen', zei woordvoerder William Spindler. De VN-organisatie verwacht dat er van november tot februari volgend jaar nog eens 600 duizend vluchtelingen in Europa zullen aankomen. Sinds het begin van dit jaar hebben de EU-landen volgens schattingen van de UNHCR zo'n 750 duizend vluchtelingen opgevangen.

EU

'Extra groei economie door asielstroom'

Wat betekent de vluchtelingenstroom dit jaar voor de Europese economieën? Niet zo veel, blijkt uit een eerste analyse van de Europese Commissie die donderdag werd gepresenteerd. Als er al een effect is, dan is dat klein en positief, vooral voor landen die veel vluchtelingen opnemen. De Commissie rekent op de komst van 3 miljoen migranten tot eind 2017: 1 miljoen mensen dit jaar, 1,5 miljoen in 2016 en een half miljoen in 2017. Aanvankelijk zijn er kosten voor onder meer opvang, zorg en integratie. Maar wanneer de opbrengsten (extra werk, meer arbeid) daarbij worden opgeteld, zal een extra groei ontstaan van maximaal 0,25 procent voor de EU.



Aangeboden op Facebook: modern jacht dat je in 20 minuten vanuit de Turkse hoofdstad Istanbul naar het Griekse Mitelini brengt.



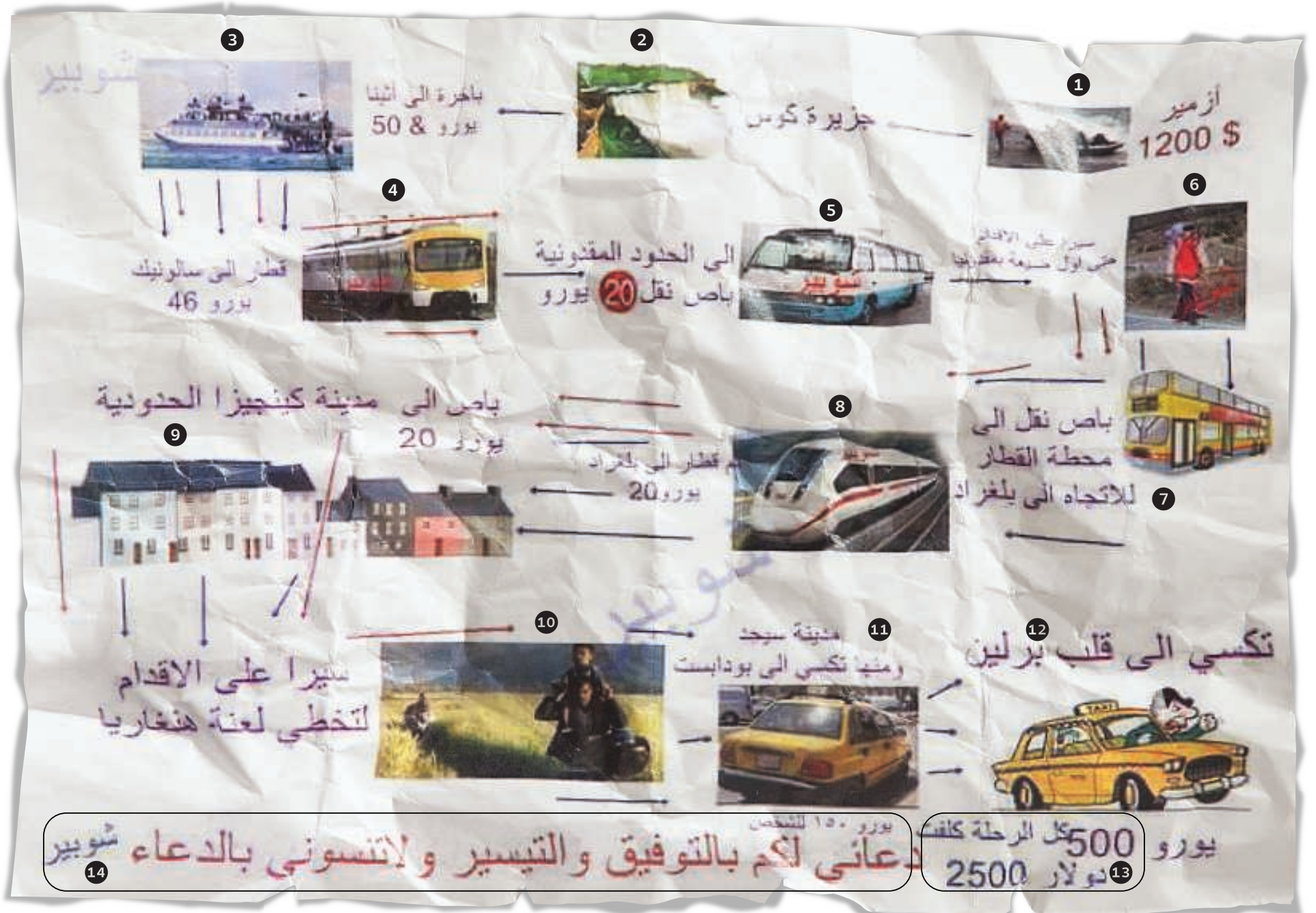
Deze smokkelaar post op Facebook een foto om aan te tonen dat zijn bootje veilig is aangekomen. 'Voor reserveringen kun je me bellen', schrijft hij erbij.



In 10 minuten vanaf de Turkse kust naar Griekenland? Dat kan. Voor 2.300 euro mag je achter op de jetski de overtocht maken.

Vluchtelingencrisis **Ten eerste**

Facebooksmokkelaars



Reisadvies op het Facebookaccount 'Smokkel vanuit Turkije naar de meeste Europese landen'

1 Izmir 1.200 dollar 2 Eiland Kos 3 Een boot naar Athene (50 euro) 4 Een trein naar Thessaloniki (46 euro) 5 Een bus naar de grens met Macedonië (20 euro) 6 Lopend tot aan het eerste dorpje in Macedonië 7 Met de bus naar het treinstation voor de trein richting Belgrado 8 De trein naar Belgrado (20 euro) 9 Tot aan het grensplaatsje Kanjiža (Servië) 10 'Lopend tot je het vervloekte Hongarije in bent.' 11 Vanuit Szeged (Hongarije) ga je per taxi door naar Budapest (150 euro per persoon) 12 Taxi tot en met hartje Berlijn (500 euro) 13 De hele reis kostte 2.500 euro 14 'Ik bid voor jullie succes en het vergemakkelijken (doelend op de reis, red.) en vergeet mij niet in jullie gebeden.'



Aangeboden: diverse reizen. Hoe luxer de boot, hoe hoger de prijs. De vanafprijs is 900 dollar, het maximum 2.200 dollar.



Deze smokkelaar post een bericht op Facebook om aan te geven dat hij even stopt met de bootreizen. Zodra de zee weer rustig is, begint hij weer, schrijft hij.



Deze man brengt je overal naartoe met zijn busje. Hij promoot zichzelf bij Facebookgroepen waar Syriërs in contact komen met smokkelaars. 'Ook voor uitjes.'



Sahin Al-Ali verkoopt via Facebook regenpakken en poncho's. 'Voor mijn geliefde broeders en zusters die op reis gaan vanuit Turkije naar Griekenland.'