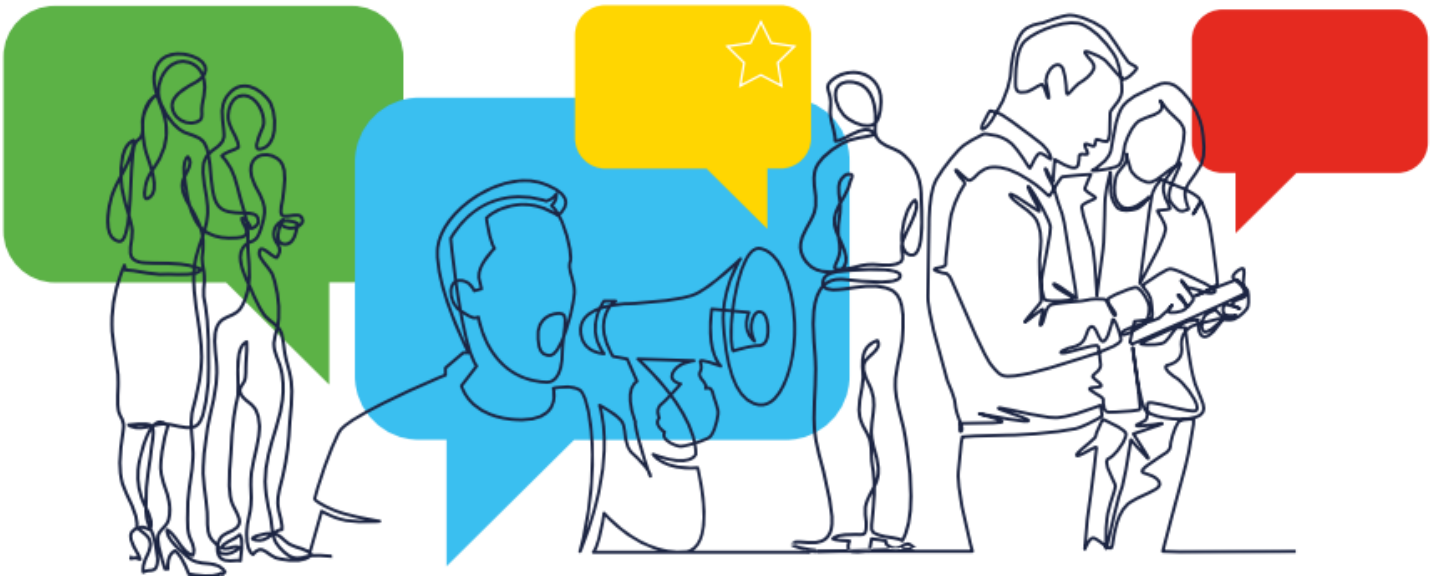
SUCCESS STORY

FORUM VOOR HET EUROPEES BURGERINITIATIEF

My Voice, My Choice: zorgen voor toegang tot veilige abortus



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE



Over “My Voice, My Choice: zorgen voor toegang tot veilige abortus”

“My Voice, My Choice: zorgen voor toegang tot veilige abortus” is het twaalfde Europees burgerinitiatief (EBI) waarvoor het vereiste aantal steunbetuigingen werd verzameld. In het initiatief werd voorgesteld om een EU-mechanisme voor financiële steun in te stellen waarvan lidstaten op vrijwillige basis gebruik konden maken om abortuszorg te verlenen aan vrouwen die daar in hun eigen land geen toegang toe hadden.

Nadat “My Voice, My Choice” op 10 april 2024 werd geregistreerd, won het snel aan draagvlak. De organisatoren van de campagne begonnen officieel op 24 april 2024 met het verzamelen van handtekeningen en zamelden in totaal **1.124.513 geverifieerde steunbetuigingen** in. De vereiste minimumdrempel werd in **19 lidstaten** gehaald. De verzamelde handtekeningen werden meteen ter verificatie voorgelegd aan de nationale autoriteiten.

Nadat het verificatieproces was voltooid, werd het initiatief op 1 september 2025 formeel ingediend bij de Europese Commissie. Als antwoord daarop heeft de Commissie op 26 februari 2026 een mededeling vastgesteld waarin staat welke acties zij wil ondernemen naar aanleiding van het initiatief.

Burgerinitiatief geregistreerd

10 april 2024

Begin verzamelen handtekeningen

24 april 2024

Einddatum verzamelen handtekeningen

24 april 2025

Burgerinitiatief ingediend bij Europese Commissie

1 september 2025

Burgerinitiatief beantwoord door Europese Commissie

26 februari 2026

Hints en tips voor toekomstige organisatoren

Bouw een netwerk van nationale coördinatoren op voordat u het initiatief lanceert.

Zorg ervoor dat u in elk EU-land een vertrouwde campagneleider hebt, zodat het verzamelen van handtekeningen, het houden van evenementen en de communicatie naar het publiek lokaal verankerd zijn en aansluiten bij de lokale cultuur.

Vertrouw in de kracht van mensen.

Een beweging ontstaat uit de optelsom van kleine individuele bijdragen — een paar handtekeningen, een gedeelde post, een donatie van vijf euro. Zet uw ego opzij en focus op het gemeenschappelijke doel.

Zorg voor verscheidenheid in de organisaties die het initiatief ondersteunen.

“My Voice, My Choice” heeft niet alleen steunbetuigingen ontvangen van feministische groepen en organisaties op het gebied van reproductieve gezondheid, maar ook van klimverenigingen, universiteitsgroepen, muzikanten en acteurs. Onverwachte bondgenoten verbreden het draagvlak.

Maak strategisch gebruik van influencers en opiniemakers.

Met een enkele post of video van een vertrouwde publieke figuur kunnen in een paar uur duizenden mensen worden gemobiliseerd. Maar de inzet van influencers moet een aanvulling vormen op — en niet in de plaats komen van — de coalitievorming van onderuit.

Zorg vanaf dag één voor een fondsenwervingsplan.

Combineer subsidies uit fondsen, individuele donaties en creatieve inkomstenstromen, zoals de verkoop van merchandise, en financier daarmee drukwerk, reiskosten, juridisch advies en evenementen.

De strategie achter dit initiatief

Voorbereiding

“Dit initiatief combineert alles waar we van houden: strijden voor verandering, het gebruiken van juridische en democratische middelen, mensen organiseren en bouwen aan een beweging vol vriendelijkheid en hoop.” — Nika Kovač, coördinator “My Voice, My Choice”

“My Voice, My Choice” ontstond in de nasleep van de beslissing van het Amerikaanse hooggerechtshof van 2022 om de eerdere uitspraak van het hof in Roe v. Wade terug te draaien. Die beslissing bracht Nika Kovač — die toen in de Verenigde Staten woonde — en haar naaste medewerker Sarah ertoe om na te denken over de mogelijkheid dat zich een soortgelijke achteruitgang ook in Europa voordoet. Op basis van haar ervaringen bij het Instituut 8 Maart, een Sloveense feministische organisatie die door middel van handtekeningencampagnes al succesvol had gestreden voor wijziging van de nationale wetgeving, beschouwde Kovač het Europees burgerinitiatief als het ideale instrument: het enige democratische middel dat burgers in staat stelt om rechtstreeks wijzigingen van het EU-recht voor te stellen.

De voorbereidende fase was gericht op het opstellen van een voorstel dat niet alleen gebaseerd was op de wettelijke bevoegdheden van de EU, maar ook emotioneel aansprekend voor burgers in 27 verschillende nationale contexten. De organisatoren waren zich ervan bewust dat een verzoek om harmonisatie van de nationale abortuswetgeving de bevoegdheden van de EU op het gebied van volksgezondheid zou overschrijden. Daarom besloten ze op te roepen tot het instellen van een gericht mechanisme voor financiële solidariteit dat grensoverschrijdende toegang tot veilige abortus biedt aan vrouwen die dit in hun eigen land niet hebben.

Opbouwen van een netwerk van partners en vrijwilligers

Met de steun van meer dan 300 organisaties en nationale coördinatoren in vrijwel elke EU-lidstaat groeide “My Voice, My Choice” uit tot een van de grootste feministische bewegingen in Europa. De organisatoren bouwden de campagne op rond nationale coördinatoren die maatschappelijke organisaties, politieke actoren en burgers op lokaal niveau met elkaar konden verbinden en die evenementen organiseerden en handtekeningen inzamelden op een manier die aansloot bij de eigen gemeenschap.

De campagne trok ook onverwachte bondgenoten aan, zoals een klimvereniging, universiteitsgroepen en culturele figuren zoals zangers en acteurs. Door deze inclusieve aanpak kon het initiatief een publiek bereiken dat zich normaal gesproken niet snel zal inzetten voor

vrouwenrechten of reproductieve rechten.

Opmerking

Organisatoren hebben vanaf de registratiedatum maximaal zes maanden de tijd om de startdatum voor het verzamelen van handtekeningen te bepalen, zodat er tijd is voor de voorbereiding. Het team van “My Voice, My Choice” besloot twee weken na registratie te beginnen met het inzamelen van handtekeningen.

Fondsenwerving en middelen

De campagne werd gefinancierd met een combinatie van steun van stichtingen, individuele donaties en een innovatieve inkomstenstroom uit de verkoop van artikelen via de webwinkel van de campagne. De verkoop van artikelen zoals T-shirts, hoodies en mokken met de tekst “My Voice, My Choice” genereerde niet alleen inkomsten maar versterkte ook het groepsgevoel — vrijwilligers vertelden dat het een geweldig gevoel gaf wanneer ze in een onbekende stad iemand in een campagne-T-shirt zagen lopen.



Taken from Blog Post on the ECI Forum "Building momentum: the funding and strategy behind the 'My Voice, My Choice' initiative"

“Zorg dat je een ijzersterk idee hebt en een zaak waar je met hart en ziel in gelooft, want dit wordt de langste campagne van je leven. Het is non-stop campagne voeren, en net als iedereen om je heen zul je moe worden. Je moet zo sterk met de zaak begaan zijn dat je bereid bent om zo nodig gratis te werken.” — Nika Kovač

De grootste begrotingsposten waren juridisch advies, drukwerk, organiseren van evenementen en reiskosten. De organisatoren benadrukken dat je ook met beperkte middelen succesvol campagne kunt voeren — energie, vastberadenheid en tot diep in de nacht doorwerken kunnen een kleiner budget compenseren, mits de onderliggende zaak sterk is.

The chart uses color-coded bars to represent different foundations and sponsors, with each bar labeled by th

Opmerking: voor meer informatie over de steun voor en financiering van “My Voice, My Choice” zie de pagina over het initiatief “My Voice, My Choice” in het EBI-register. Opmerking over de particuliere sponsors: er werden ongeveer 22 bijdragen ontvangen van particuliere sponsors, variërend van 250 tot 5.000 euro.*

Campagnestrategie en plan voor het verzamelen van handtekeningen

Bij de “My Voice, My Choice”-campagne werd een aanpak gevolgd die de organisatoren de PEACE-formule noemen: “Patience” (geduld), “Engagement” (betrokkenheid), “Action” (actie), “Courage” (moed) en “Errors” (fouten durven maken). Al deze elementen samen zorgen ervoor dat een gedurfd idee werd omgezet in meer dan een miljoen handtekeningen.

Geduld: “Geduld” was nodig om het complexe proces te doorlopen van het vinden van partners, het bijschaven van het voorstel en het opbouwen van het initiële netwerk van nationale coördinatoren nog voordat met het verzamelen van de handtekeningen werd begonnen.

Betrokkenheid: “Betrokkenheid” betekent dat we verder keken dan onze vaste achterban en contact probeerden te maken met het “beweeglijke midden” — mensen die nog niet betrokken waren bij de kwestie, maar wel onderliggende waarden deelden die hen zouden kunnen motiveren om te tekenen.

Actie: “Actie” staat voor het vasthouden van het momentum door het houden van openbare evenementen, mediaoptredens, speciale actiedagen en handtekeningenacties bij zowel politieke als niet-politieke gelegenheden, zoals marathons en gemeenschapsfestivals.

Moed: Moed was nodig om niet te wijken voor online intimidatie en smeercampagnes en om weerstand te bieden aan politieke oppositie. Maar ook om berekende risico’s te durven nemen, zoals het rechtstreeks benaderen van influencers die de campagne een boost konden geven in landen waar de drempel nog niet was gehaald.

Fouten durven maken: Fouten werden behandeld als leermomenten: elk mislukt evenement, elke post met weinig reacties en elke afgewezen samenwerking leverde nieuwe inzichten op over manieren om de aanpak van de campagne te verfijnen.

In de eerste week van de campagne stroomden al bijna honderdduizend handtekeningen binnen, maar de organisatoren waren zich ervan bewust dat deze vroege golf van enthousiaste supporters pas het begin was. Het echte werk bestond uit strategische communicatie naar nieuwe, vaak nog onbereikte doelgroepen door middel van op maat gemaakte boodschappen, samenwerking met onverwachte partners en creatief gebruik van sociale media.

“Mijn advies aan andere organisatoren is om te vertrouwen op de kracht van mensen! Al verzamelt iemand maar een paar handtekeningen, elke steunbetuiging is er één. Zet ook je ego opzij en focus op het einddoel: een miljoen handtekeningen.” — Nika Kovač

Dankzij de steun van influencers en opiniemakers konden de organisatoren de algoritmische barrières omzeilen die socialemediaplatforms steeds vaker opwerpen voor inhoud die als “politiek” wordt aangemerkt. Toen de Kroatische popster Severina op 1 september 2025 haar opwachting maakte bij de persconferentie in Brussel ter gelegenheid van de formele indiening van het initiatief, bracht zij de boodschap van de campagne over aan een miljoenenpubliek in de hele voormalige Joegoslavische regio en daarbuiten. De Griekse journaliste en tv-presentatrice Anastasia (Natasa) Giamali zorgde op vergelijkbare wijze zowel voor bereik in de mainstreammedia als voor digitale mobilisatie via Instagram Reels en columns. De ervaring met de bijdragen van Anastasia laat zien dat zelfs controverse — in de vorm van aanvallen door conservatieve politici — in het voordeel van een campagne kan werken als deze wordt gebruikt om de aandacht voor de campagne te vergroten.

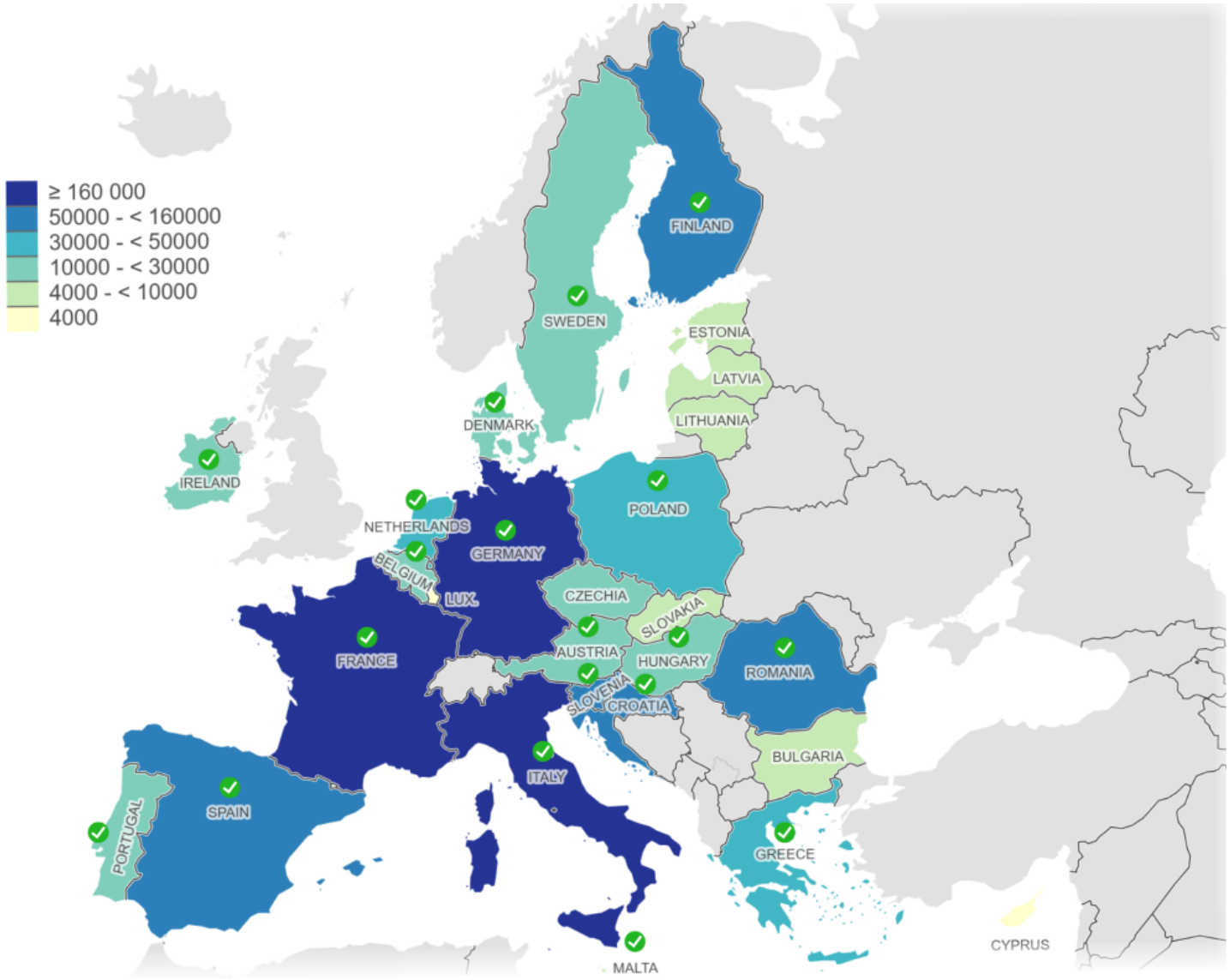
A medium shot of Greek journalist and TV presenter Anastasia Giamali delivering a speech at a podium duri

Greek journalist and MEGA TV presenter Anastasia Giamali speaking at a press conference in Brussels, September 1, 2025. Giamali is a recognized voice on international networks like France24 and TRT.

Het verzamelen en verifiëren van de handtekeningen

Voor het verzamelen van handtekeningen voor “My Voice, My Choice” is tijdens de hele verzamelperiode gebruikgemaakt van het centrale online verzamelsysteem van de Europese Commissie. Het verzamelen van handtekeningen begon op 24 april 2024 en duurde een jaar.

Uiteindelijk werden handtekeningen verzameld in alle 27 EU-lidstaten. “My Voice, My Choice” werd op 1 september 2025 formeel ter beoordeling aan de Commissie voorgelegd. Van de 1.224.998 verzamelde handtekeningen werden er na formele verificatie door de nationale autoriteiten 1.124.513 geldig verklaard. De vereiste minimumdrempel werd in 19 lidstaten gehaald. Dat is ruim twee keer zoveel als het minimum van 7 landen dat volgens de EU-wetgeving is vereist.



“My Voice, My Choice” heeft in 19 lidstaten de minimumdrempel gehaald. Bron: website van het Europees burgerinitiatief, 2026. De volledige tabel met steunbetuigingen is beschikbaar op de webpagina van de Commissie over dit initiatief.

In de maanden voorafgaand aan de formele indiening van het initiatief verlegden de organisatoren de focus van het mobiliseren van het publiek naar institutionele betrokkenheid. Zij voerden gesprekken met leden van het Europees Parlement om de weg te bereiden voor een positieve ontvangst daar.

Impact van dit initiatief

Formele indiening en bijeenkomst met de Commissie

Het initiatief werd op 1 september 2025 formeel ingediend bij de Europese Commissie. Op dezelfde dag hielden de organisatoren in Brussel een persconferentie waarop de Kroatische popster Severina en de Griekse journaliste Anastasia (Natasa) Giamali hun steun betuigden.

Op 1 oktober 2025 hadden de organisatoren overeenkomstig artikel 15 van de EIB-verordening in het gebouw van de Europese Commissie in Brussel een ontmoeting met Hadja Lahbib, de commissaris voor Paraatheid en Crisisbeheer en commissaris voor Gelijkheid, en ambtenaren van de Commissie. Die ontmoeting werd bijgewoond door coördinator Nika Kovač en andere leden van het team van “My Voice, My Choice”.



Visit of the organisers of the ”My Voice, My Choice” European Citizens' Initiative to the European Commission, Brussels, 1 October 2025 (© European Union, 2025 — Source: European Commission Audiovisual Service, P-067948)

Hoorzitting in het Europees Parlement

De Commissie vrouwenrechten en gendergelijkheid (FEMM) speelde een cruciale rol bij de ondersteuning van het initiatief “My Voice, My Choice”. Op 5 november 2025 nam FEMM een ontwerpresolutie ter ondersteuning van het EBI aan. Met 26 stemmen vóór, 12 tegen en nul onthoudingen kreeg het brede steun binnen de commissie. De aanneming van de ontwerpresolutie was een belangrijke stap voorwaarts voor het initiatief. Vervolgens hield het Europees Parlement op 2 december 2025 een openbare hoorzitting over het initiatief (zie opname). De hoorzitting was georganiseerd door FEMM, in samenwerking met de Commissie verzoekschriften (PETI) en andere betrokken commissies (DEVE, SANT en LIBE).

Ook commissaris Lahbib hield een toespraak. De organisatoren presenteerden de doelstellingen en bespraken het initiatief met leden van het Europees Parlement.

A professional photograph of Nika Kova?, the coordinator of the "My Voice, My Choice" campaign, speaking

Nika Kovač, Coordinator “My Voice, My Choice” during the public hearing on 2 December © European Union 2025 - Source : EP

Plenair debat en resolutie van het Europees Parlement

Op 16 december 2025 werd het initiatief besproken tijdens de plenaire vergadering van het Europees Parlement in Straatsburg. Op 17 december 2025 nam het Parlement een resolutie aan waarin het zijn steun uitsprak voor het initiatief. Dat gebeurde met 358 stemmen vóór, 202 tegen en 79 onthoudingen. Het Zweedse lid van het Europees Parlement Abir Al-Sahlani, van de fractie Renew Europe, trad op als rapporteur.



Activisten van "My Voice, My Choice" vieren hun succes bij het Europees Parlement in Straatsburg. Bron: website van "My Voice, My Choice".

De resolutie was een belangrijke politieke mijlpaal, waaruit een brede, partijoverschrijdende steun voor de doelstellingen van het initiatief bleek en waarmee aan de Commissie een krachtig signaal werd afgegeven over de omvang van de parlementaire steun voor actie op het gebied van reproductieve rechten (zie persbericht).

Formeel antwoord van de Europese Commissie

De Europese Commissie heeft op 26 februari 2026 in een mededeling gereageerd op het initiatief. Na een zorgvuldige analyse van het voorstel en rekening houdend met de grenzen die de EU-Verdragen stellen aan de bevoegdheden van de EU op het gebied van volksgezondheid, bevestigt de Commissie in deze mededeling dat de lidstaten het Europees Sociaal Fonds Plus (ESF+) kunnen gebruiken voor het verbeteren van de toegang tot veilige en legale abortusdiensten.

A large group of activists of My Voice My Choice celebrating in front of the European Commission Berlaymor

Activisten van “My Voice, My Choice” vieren hun succes voor het gebouw van de Europese Commissie in Brussel. Bron: website van “My Voice, My Choice”.

De Commissie benadrukt in de mededeling dat deze steun relatief snel kan worden verleend via bestaande instrumenten, zonder dat nieuwe wetgeving nodig is. Dit kan echter alleen als de lidstaten er zelf voor kiezen om de middelen die voor hun ESF+-programma’s beschikbaar zijn hiervoor te gebruiken, eventueel na herschikking van deze middelen.

“Het is niet precies wat we hadden gevraagd, maar het maakt het nu wel mogelijk om ervoor te zorgen dat dit recht in de hele Europese Unie wordt geëerbiedigd. In ons oorspronkelijke verzoek vroegen we specifiek om EU-geld voor de medische behandeling zelf, maar door het antwoord van de Commissie kunnen feitelijk ook de reiskosten worden vergoed. De impact hiervan is dus mogelijk nog groter dan waar we oorspronkelijk om vroegen.” Matteo Cadeddu, campagneteam, “My Voice, My Choice”

De organisatoren erkenden dat het antwoord niet precies was waar ze op hadden gehoopt, maar dat het niettemin een belangrijke deur opende met mogelijk grote gevolgen. De volgende fase van hun campagne zal erop gericht zijn individuele lidstaten aan te moedigen om ESF+-middelen te gebruiken om de toegang tot veilige abortusdiensten te verbeteren.

Zie het persbericht van de Commissie en de opmerkingen van uitvoerend vicevoorzitter Mînzatu en commissaris Lahbib over het antwoord van de Commissie.

Hoe heeft dit initiatief met succes het vereiste aantal handtekeningen kunnen verzamelen?

Een ongekende coalitie

Met de steun van meer dan 300 organisaties en een uitgebreid netwerk van vrijwilligers dat alle 27 lidstaten bestreek, werd een campagne-infrastructuur opgebouwd waarmee het gecreëerde momentum de volle 12 maanden van de inzameling kon worden behouden. Dankzij de diversiteit van de partners — van feministische organisaties tot klimverenigingen, en van universitaire groepen tot popsterren — kon de campagne een publiek bereiken dat traditioneel ver verwijderd is van de activisten die zich inzetten voor reproductieve rechten.

Strategisch gebruik van influencers en opiniemakers

“My Voice, My Choice” heeft laten zien hoe met de inzet van vertrouwde publieke figuren zowel de algoritmische beperkingen op “politieke” inhoud kunnen worden omzeild, als de structurele uitdaging kan worden overwonnen om een nieuw publiek te bereiken in 27 verschillende nationale contexten. Het inzetten van influencers voor de campagne gebeurde doelbewust en gericht. Daarbij werd niet geschuwd om ook bekende personen te benaderen van wie onzeker was of zij de campagne zouden steunen.

Aanpassingsvermogen en veerkracht

De organisatoren van de campagne zagen fouten als leermomenten en schaafden hun aanpak voortdurend bij op basis van wat wel en niet werkte. Er werden evenementen georganiseerd op niet-politieke locaties, de berichtgeving werd afgestemd op de lokale context en de coalitie werd uitgebreid met partners die normaal gesproken niet met de strijd voor vrouwenrechten worden geassocieerd.

Blijvende aandacht voor de institutionele fase

De organisatoren van “My Voice, My Choice” zagen het behalen van de mijlpaal van een miljoen handtekeningen niet als het eindpunt van het proces. Zij investeerden fors in de fase na het verzamelen van de steunbetuigingen. Zo werden relaties opgebouwd met leden van het Europees Parlement en ambtenaren van de Commissie, werd de hoorzitting in het Parlement en de inbreng in het plenaire debat voorbereid, en werd gedaan wat nodig was om ervoor te zorgen dat het antwoord van de Commissie de deur zou openen — en niet sluiten — voor het bereiken van zinvolle resultaten.

Aanvullende informatie

Aanvullende informatie over “My Voice, My Choice: zorgen voor toegang tot veilige abortus” is beschikbaar op de webpagina van de Commissie over het initiatief en op de eigen website van “My Voice, My Choice”: www.myvoice-mychoice.org.

Ontdek meer

- Momentum creëren: de financiering van het initiatief “My Voice, My Choice” en de strategie erachter — Blog van het EBI-forum
- Geduld, Betrokkenheid, Actie, Moed, Fouten durven maken: de formule voor een winnende campagne voor een Europees burgerinitiatief — Blog van het EBI-forum
- Waarom influencers en opiniemakers uw EBI kunnen maken of breken — Blog van het EBI-forum

- U hebt een miljoen handtekeningen voor een Europees burgerinitiatief verzameld. Wat nu? — Blog van het EBI-forum
- Webinar: Inzicht in campagnestructuren voor doeltreffende Europese burgerinitiatieven, februari 2025 — EBI-forum

Afwijzing van aansprakelijkheid

De op het EBI-forum geventileerde meningen geven uitsluitend het standpunt van de auteurs weer en mogen beslist niet worden beschouwd als het standpunt van de Europese Commissie of van de Europese Unie.