

Európai polgári kezdeményezés



Hogyan jussak
pénzforrásokhoz?

TARTALOM

1 ÁTTEKINTÉS	3
2 A FORRÁSHOZ JUTÁS MÓDJAI	4
3 A FORRÁSHOZ JUTÁS EGYÉB MÓDJAI	6

1

ÁTTEKINTÉS

Minden uniós polgárnak joga van ahhoz, hogy részt vegyen az Európai Unió demokratikus életében. Az uniós jogszabályok és szakpolitikai intézkedések kialakításához az EU lakosai többféleképpen járulhatnak hozzá. Ennek egyik módja az európai polgári kezdeményezés, mely különleges eszköz az emberek kezében arra, hogy irányt szabjanak az uniós döntéshozatalnak.

Az európai polgári kezdeményezés jogintézménye hat éve létezik, és ebben az időszakban a nyilvántartásba vett kezdeményezések közül mindössze négy esetében gyűlt össze az egymillió aláírás. A kezdeményezések sikere szempontjából minden bizonnyal meghatározó fontosságú, hogy mennyire jól vannak előkészítve.

Az előkészítésnek számos vetülete van. Ahhoz, hogy a szervezők erőfeszítéseit siker koronázza, gondoskodniuk kell a szükséges anyagi és emberi erőforrásokról és informatikai eszközökről, adott esetben jogi tanácsadást kell igénybe venniük, továbbá a kezdeményezés szövegét le kell fordítani az EU más nyelveire. Egy európai polgári kezdeményezés és az annak érdekében lefolytatandó kampány megszervezése tehát jelentős ráfordítást és időt igényel.

Az előkészítő szakaszban a hatásos kampány megtervezéséhez és lefolytatásához szükséges pénzforrások beszerzése kulcsfontosságú, és többnyire komoly kihívás elé állítja a szervezőket. A kampányra

EA kezdeményezés megszervezéséhez és irányításához létre lehet hozni egyesületet vagy más jogi személyiséget, ám a polgári bizottság tagjai ebben az esetben is egyénileg felelősek a kezdeményezés lebonyolítása során általuk okozott károkért.

vonatkozó általános tudnivalókért kérjük, olvassa el a [Hogyan folytassam le a kampányt](#) útmutatót.

Ez az útmutató arról szól, hogyan lehet előteremteni a kezdeményezés koordinációs és népszerűsítési tevékenységeit finanszírozó pénzforrásokat.

2

A FORRÁSHOZ JUTÁS MÓDJAI

Pénz nélkül nem megy

Az európai polgári kezdeményezések szervezőinek rendre a több országra kiterjedő kampány lefolytatása jelenti az egyik fő kihívást. Különböző költségek merülnek fel nemcsak az előkészítő szakaszban, hanem a folyamat során mindvégig.

Először is, Európa többnyelvűsége megköveteli a szervezőktől, hogy a kezdeményezésükkel kapcsolatos információkat lefordíttassák mindazoknak az országoknak a hivatalos nyelvére, ahol támogató nyilatkozatokat szándékoznak gyűjteni (figyelem: a Bizottság gondoskodik a javasolt kezdeményezések fordításáról). Másodsorban a munkatársak felvétele költségekkel jár még akkor is, ha a kampányban elsősorban önkéntesek vesznek részt. Harmadrészt pedig a kezdeményezés honlapjának elkészítése, az azt népszerűsítő közösségi oldalak létrehozása és fenntartása, valamint a kommunikációs célú

Három alapvető tanáccsal tudunk szolgálni:

- Legyen proaktív!
- Legyen kreatív!
- Legyen kitartó!

események megszervezése szintén költségekkel jár. Végül, de nem utolsósorban, ha a szervezők jogászok segítségét kívánják igénybe venni, az is számottevő költség, és pénzbe kerül a dokumentumok, szórólapok kinyomtatása, illetve médiahirdetések feladása is.

A következőket tanácsoljuk a szervezőknek:

Potenciális támogatók azonosítása:

1. A kezdeményezés témájából/céljaiból kiindulva térképezze fel a lehetséges partnereket helyi, regionális, országos, illetve európai uniós szinten.
2. Használja az európai polgári kezdeményezés fórumát partnerek kereséséhez.
3. Uniós szintű partnerek azonosításához használja az [EU átláthatósági nyilvántartását](#).
4. A magánszektor és az ipari szövetségek szintén a nevüket adhatják olyan kezdeményezésekhez, melyek céljait a magukénak érzik.

Szövetség létrehozása

Amint a [Hogyan találjak partnereket](#) című útmutatóban is áll, nem érdemes európai polgári kezdeményezést indítani, ha nem állnak mögötte stabil partnerek, amelyek osztják a kezdeményezés céljait és megfontolásait.

Tipp

- Nem anyagi jellegű segítség igénybevételével szintén pénzt takaríthatnak meg a szervezők. Ebben a tekintetben a legfőbb forrás az európai polgári kezdeményezés fóruma, de ezenfelül a Bizottság vállalja a kezdeményezés rövid ismertetőjének (cím, tárgy, célkitűzések) fordítását is, továbbá ingyenes online gyűjtési rendszert bocsát a szervezők rendelkezésére (akik azt a saját felelősségükre használhatják). Végezetül pedig az [Európai Gazdasági és Szociális Bizottság](#) szintén segíti a szervezőket.

Közös költségvetés készítése

A kampány költségvetésének kialakítása során világosan meg kell határozni az elvárásokat és az egyes tevékenységekre fordítható pénzüsszegeket.

A terhek megosztása

Egyének – az esetek többségében maguk a szervezők – szintén hozzájárulhatnak kisebb összegekkel a kezdeményezés finanszírozásához. Az eddigi négy sikeres kezdeményezést elsősorban egyesületek és alapítványok finanszírozták (pl.: Egy közülünk és Tiltsák be a glifozátot!).

Tippek

- Célszerű írásos megállapodásban rögzíteni az egyes partnerek hozzájárulását (a rendelkezésre bocsátott munkaerő, a népszerűsítő tevékenységekben való részvétel, anyagi támogatás stb. tekintetében). Így elkerülhetők a nem kívánatos félreértések a kampány során.
- Kérje fel a kezdeményezés aláíróit, hogy anyagilag is támogassák azt.
- Írjon a partnerei levelezési listáin található személyeknek és szervezeteknek, hogy támogassák anyagilag a kezdeményezést.

3

A FORRÁSHOZ JUTÁS EGYÉB MÓDJAI

Közösségi finanszírozás

A projektek és kezdeményezések finanszírozásának egyik leggyakoribb formája a [közösségi finanszírozás](#). E módszerrel a kitűzött cél eléréséhez szükséges tőke sok ember rendszerint csekély összegű hozzájárulásából gyűlik össze. A közösségi média és a közösségi finanszírozásra szakosodott honlapok révén emberek tömegeit lehet elérni és mozgósítani.

Néhány közösségi finanszírozásra szakosodott honlap:

1. [CiviCRM](#)
2. [YouCaring](#)
3. [Classy.org](#)

Kapcsolati hálón alapuló adományszervezés

A közösségi finanszírozásnak ez a válfaja abból áll, hogy a kezdeményezés támogatói saját ismerőseik körében népszerűsítik az ügyet. Az egyének létrehozhatják saját adományszervezési honlapjukat és megoszthatják azt saját

ismerőseik (családtagjaik, barátaik, munkatársaik stb.) körében.

Árukínálás (merchandising)

Bár ez általában nem szokott túl nagy bevételt generálni, a kezdeményezés árukon keresztül történő népszerűsítése kiváló kiegészítő eszköz lehet.

Pótlólagos forrásokhoz lehet jutni és növelni lehet a kezdeményezés ismertségét karkötők, pólók, reklámfüzetek, játékkártyák, sapkák, szórólapok, sálak stb. értékesítése révén.

További forrásszerzési lehetőségek:

1. Adománykérés a közösségi hálón
2. Estély, összejövetel szervezése
3. Bingójáték
4. Tombola
5. Internetes figyelemfelkeltő akció
6. Csoportos kirándulás, városnézés, bártúra
7. Társasjátékeket
8. Sportvetélkedő

Tipp

→ Vezessen részletes nyilvántartást a befolyt pénzügyi támogatásról, mert a folyamat során rendszeresen számot kell adni mindazokról az adományokról, melyek összege éves szinten szponzoronként meghaladja az 500 eurót.

9. Árverés

10. Karaokeest

11. Szolgáltatások árverése

Ha kíváncsi arra, hogy az eddigi négy sikeres kezdeményezés szervezői hogyan jutottak finanszírozáshoz, olvassa el az alábbi tájékoztatókat:

→ [Egy közülünk](#)

→ [A víz közjó, nem árucikk!](#)

→ [Tiltsák be a glifozátot!](#)

→ [Stop vivisection \(kezdeményezés az állatkísérletek betiltásáért\)](#)