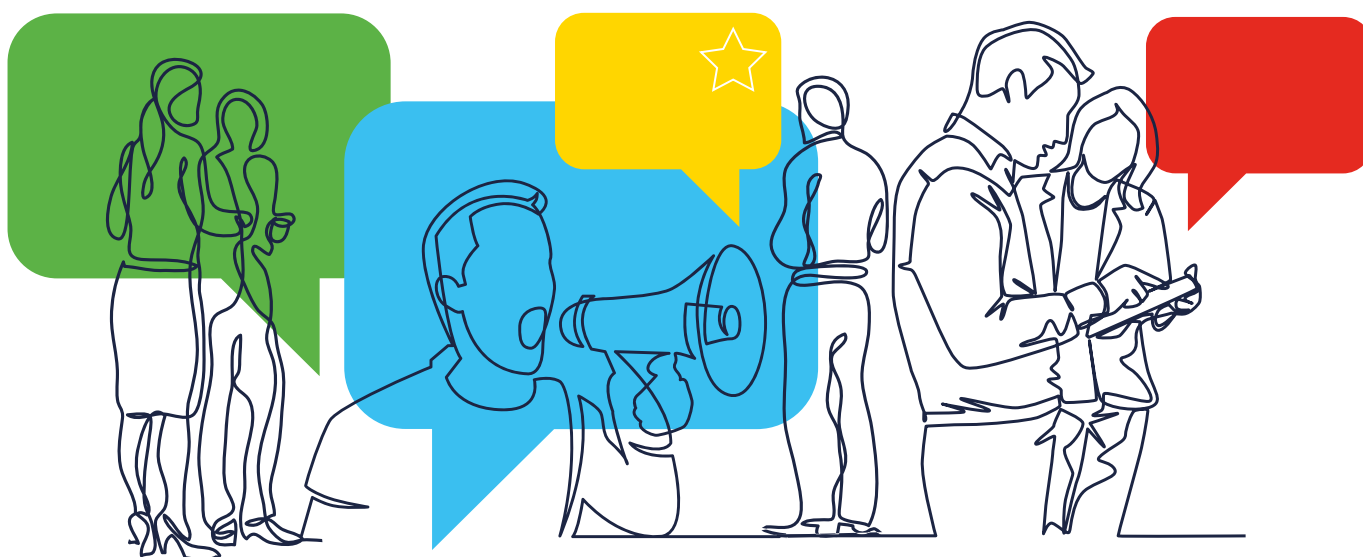


FÅ MERE AT VIDE



## DET EUROPÆISKE BORGERINITIATIV

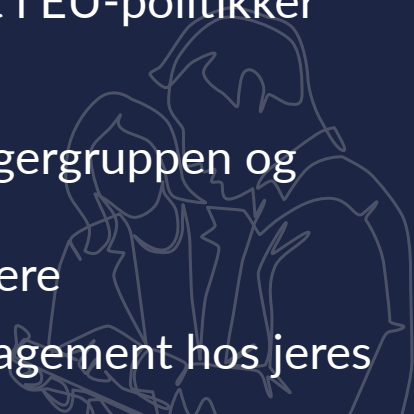
Sådan finder du den rigtige partner



FÅ MERE AT VIDE – DEBATTÉR - FÅ KONTAKT MED ANDRE - FÅ RÅDGIVNING

## | INDHOLD

Fremme af borgernes engagement i EU-politikker	3
Initiativtagergruppen	4
Partnere, der kan støtte initiativtagergruppen og kampagnen	5
Andre kilder til at søge efter partnere	7
Fastholdelse af motivation og engagement hos jeres partnere	8



# 1

## Fremme af borgernes engagement i EU-politikker

Alle EU-borgere har ret til at deltage i EU's demokratiske liv. Der er mange måder, som europæerne kan udøve denne ret på, f.eks. ved at indgive et andragende til Europa-Parlamentet, deltage i offentlige høringer eller henvende sig til Den Europæiske Ombudsmand. Men det europæiske borgerinitiativ er noget helt særligt, når det gælder om at få indflydelse på EU's dagsorden.

Hvis borgere, der er organiseret i en initiativtagergruppe, kan indsamle en million underskrifter fra mindst syv medlemslande inden for tolv måneder, kan de opfordre Europa-Kommissionen til inden for rammerne af dens beføjelser (se vejledningen «**Sådan udarbejder I et europæisk borgerinitiativ**») at foreslå lovgivning til gennemførelse af traktaterne.

For yderligere oplysninger om proceduren henvises til vejledningen **Proceduren trin for trin**.

Denne vejledning ser på udfordringerne med at opbygge en stærk koalition af partnere. Initiativtagere kan her finde både kilder til information og gode råd og tips til at finde de rette partnere.

I kan læse mere om at organisere kampagnen i vejledningen **Sådan fører I kampagne**.



### Succeshistorie

Stop Vivisection indsamlede mere end en mio. underskrifter mod dyreforsøg takket være støtte fra en sammenslutning af mere end 250 dyrebeskyttelsesgrupper, videnskabelige organisationer og virksomheder, der sælger produkter, som er «fri for dyremishandling», fra hele EU.



## 2

# Initiativtagergruppen

Initiativtagergruppen skal bestå af mindst syv EU-borgere, som er gamle nok til at stemme ved valg til Europa-Parlamentet, og som samlet set er bosat i mindst syv forskellige EU-lande (det er deres bopæl og ikke deres nationaliteter, der gælder).

Der skal udpeges to kontaktpersoner – en repræsentant og en stedfortræder – som på gruppens vegne skal tale med og handle over for Europa-Kommissionen. Initiativtagergruppen kan udpege yderligere to personer, der vælges blandt dens medlemmer, til at handle på kontaktpersonernes vegne, hvis de ikke er til rådighed. Det er også muligt at oprette en retlig enhed til at repræsentere initiativtagergruppen. Oprettelsen af en sådan retlig enhed vil gøre det muligt at begrænse medlemmerne af initiativtagergruppens ansvar. Det vil også øge initiativets synlighed. Den retlige enhed skal imidlertid oprettes i overensstemmelse med reglerne i et medlemsland. Udfordringen vil således bestå i at vælge den nationale lovgivning og retlige form, der passer bedst til initiativets og initiativtagergruppens behov.



### Tip

- Gør brug af FÅ KONTAKT MED ANDRE-afsnittet på forummet for det europæiske borgerinitiativ
- Sørg for at vælge pålidelige og erfarne personer som medlemmer af initiativtagergruppen.
- Brug partnerorganisationerne til at identificere de perfekte talsmænd for initiativet.



# 3

## Partnere, der kan støtte initiativtagergruppen og kampagnen

Partnere kan være de forskellige personer og organisationer, der er villige til at udbrede og forstærke jeres budskab, så der bliver skabt opmærksomhed om kampagnen. De kan desuden hjælpe med at skaffe underskrifter.

I vil som initiativtagere allerede have tætte forbindelser med nogle af de potentielle partnere, men andre skal «rekrutteres». For at kunne gøre dette skal initiativtagergruppen sørge for en grundig undersøgelse af, hvilke mulige støtter der findes på lokalt, regionalt og nationalt niveau samt på EU-plan inden for følgende kategorier:

- **Formidlere:** Medlemsorganisationer, der støtter op om emnet for initiativet, f.eks. fagforeninger, NGO'er og foreninger.
- **Sponsorer:** Nogle formidlere vil måske være villige til at støtte kampagnen økonomisk eller med «naturalier». Det kan også være relevant at ansøge velgørende fonde om økonomisk støtte.
- **Influencere:** Politikere, journalister og kendte personer, som er villige til at støtte jeres initiativ, og som både kan booste indsamlingen af underskrifter og skabe opmærksomhed omkring initiativet.
- **Frivillige:** De onlinefællesskaber, der følger initiativtagerne og partnerorganisationerne eller samles om relevante emnespecifikke hashtags, er en vigtig kilde til at skaffe de frivillige, der vil hjælpe med at introducere kampagnens budskaber i disse fællesskaber, både online og offline, og indsamle underskrifter.



I bør følge disse trin, når I søger efter og kontakter en potentiel partner:

1. Find organisationer i andre EU-medlemslande, som har samme interesser som jer.
2. Arrangér et møde/telefonmøde så hurtigt som muligt.
3. Forklar jeres initiativ, hvordan den potentielle partner kan bidrage til kampagnen, og hvad organisationen kan opnå ved det. Det kan være med til at overbevise dem om at involvere sig og være aktive.
4. Hvis potentielle partnere er villige til at støtte initiativet, skal I klart definere roller og forventninger.
5. Spørg de organisationer, der ikke er villige til at hjælpe, om de kan anbefale andre, der kunne være interesserede.



### Succeshistorie

Både pave Frans og Pave Benedikt XVI støttede One of us-initiativet.



## Tip

- Bed så mange partnere som muligt om at skrive formelle støtteerklæringer. Disse erklæringer vil til sammen udgøre et «støttemiljø», der kan dele og sprede jeres kampagnebudskaber.
- Europæiske NGO'er og foreninger har ofte godt med ressourcer og et veludviklet kommunikationssystem og -netværk. Brug dem!
- Medlemmerne af Europa-Parlamentet har gode forbindelser i Bruxelles og kan hjælpe jer med at åbne døre her. Kontakt dem!
- Brug jeres egne netværk som et yderligere middel til at søge partnere: familie, venner, bekendte, naboer, kolleger og studiekammerater.
- Aktiv brug af de sociale medier (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn osv.) kan øge jeres chancer for at nå ud til potentielle partnere betydeligt.
- Fokuser på de lande, hvor emnet for initiativet allerede er velkendt.
- Partnerne vil have forskellige grunde til at støtte jer, så sørg for, at de alle har én fælles interesse: at jeres borgerinitiativ bliver vellykket!



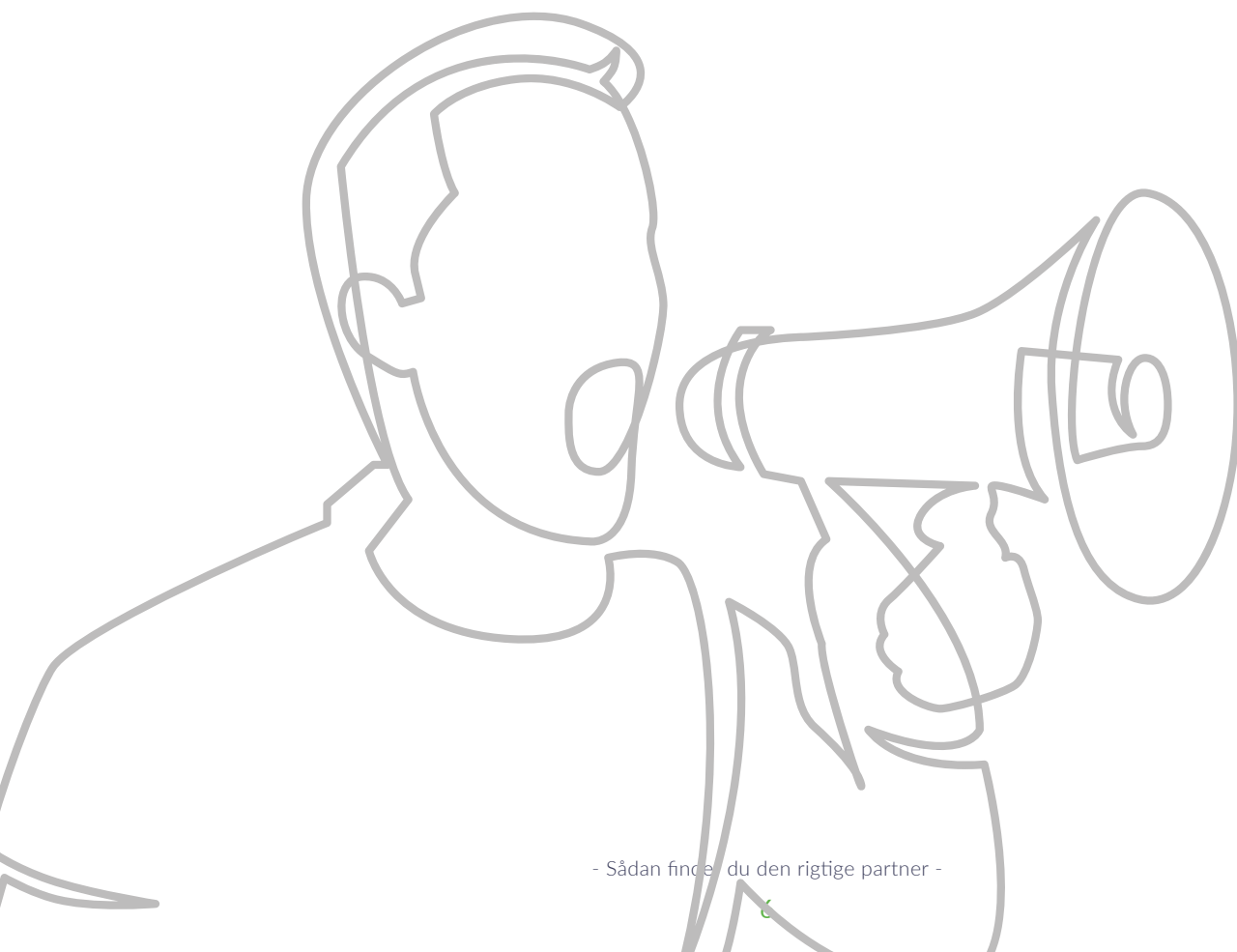
Find partnere, inden I starter jeres borgerinitiativ. Jeres kampagne er på rette vej, hvis jeres partnere er...

- talrige
- forskelligartede
- proaktive
- spredt over hele EU.



## Succeshistorie

Efter at Right2Water-initiativet blev forklaret i en sketch på tysk TV i den bedste sendetid, blev der indsamlet omkring 200 000 underskrifter i de følgende dage!



# 4

## Andre kilder til at søge efter partnere

### EU's åbenhedsregister

Åbenhedsregistret er et frivilligt register for organisationer, der søger at påvirke EU's politikker og institutioner.

Alle typer af organisationer kan findes i denne database: private virksomheder, erhvervs sammenslutninger, rådgivende firmaer, NGO'er, agenturer, tænketanke, forskningsinstitutioner, akademiske institutioner, kommuner osv. De omkring 12 000 registrerede har angivet deres websiteadresser, kontaktoplysninger, målsætninger, specifikke aktiviteter, medarbejderantal, budget og interesseområder.



Man kan foretage en generel søgning ved at indtaste søgeord som «miljø», «databeskyttelse», «handel», «forbrugere», «unge», «transport» eller «beskatning». Det er også muligt at søge mere detaljeret via fanen «Datarapportering». Fra toppen og nedad skifter søgekategorierne fra sektion eller organisationstype til lokalitet, interesseniveau (europæisk, globalt, nationalt, regionalt eller lokalt), interesseområder osv.



Andre nyttige websites til søgning efter partnere:

[Ngonorway.org](https://ngonorway.org) – Search for partners med information om partnere i 16 forskellige EU-lande. [NGOPartnership.org](https://ngopartnership.org), som kan bruges til at finde partnere i hele Europa.

[Ideal-ist Partner Search](https://ideal-ist.com), som er et internationalt IKT-netværk.

# 5

## Fastholdelse af motivation og engagement hos jeres partnere

Når I har samlet et betydeligt antal partnere, bør I også skabe gode betingelser for jeres samarbejde og for at fastholde deres motivation i løbet af kampagnen. I bør derfor:

- skabe et fælles værdisæt for at kunne nå ud til borgerne
- opstille klare og realistiske mål og fastlægge mål for hver enkelt partner under hele kampagnen
- etablere en fællesskabsfølelse gennem regelmæssige onlinemøder og, hvis det er muligt, personlige møder
- holde jeres partnere orienteret om de fremskridt, der er gjort, og give positiv feedback, når målene er nået, så I holder moralen oppe.



### Succeshistorie

Arrangørerne af Stop glyphosate lavede en liste over nationale organisationer, der var villige til at deltage i kampagnen og arbejdede sammen med dem individuelt.



Hvis I vil læse om, hvordan de fem vellykkede initiativer fandt partnere, kan I gå til faktabladene med succeshistorier:

- [One of us](#)
- [Right2Water](#)
- [Stop glyphosate](#)
- [Stop vivisection](#)
- [Minority SafePack](#) (endnu ikke tilgængelig)

---

*De informationer, der gives i teksten, er uafhængige og kan ikke anses for at være udtryk for Europa-Kommissionens eller andre EU-institutioners holdninger. Kommissionen er ikke ansvarlig for, hvilken brug der måtte blive gjort af oplysningerne.*