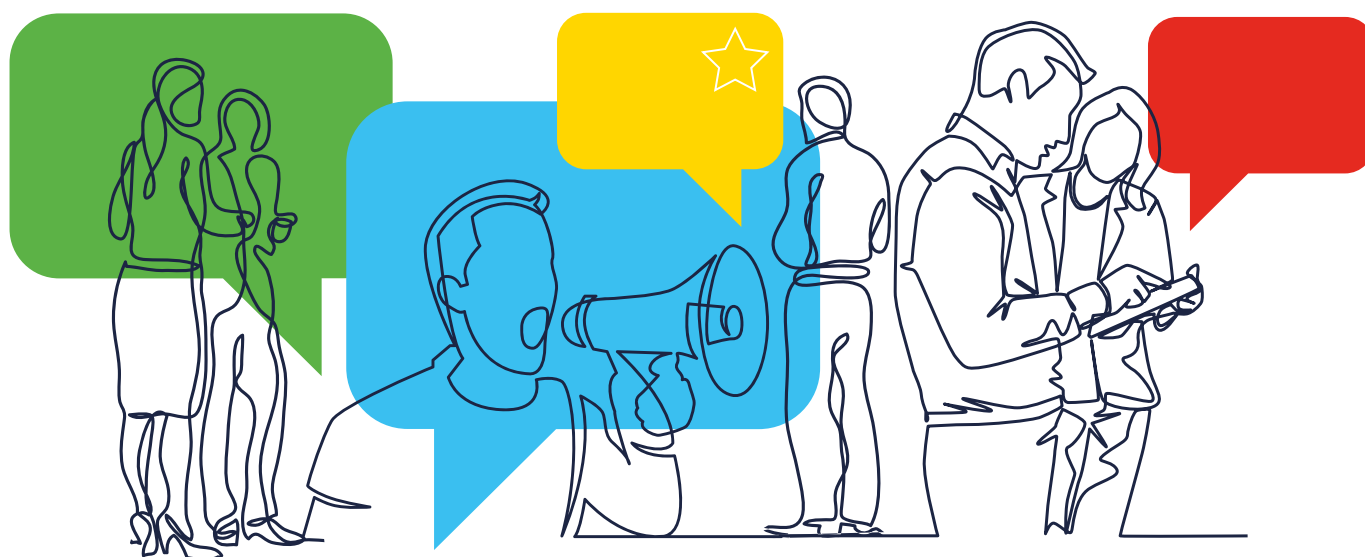




HET EUROPEES BURGERINITIATIEF


Partners zoeken



INFO – MEEPRATEN – CONTACTEN – ADVIES

INHOUDSOPGAVE

De burger betrekken bij het EU-beleid	3
De groep organisatoren	4
Partners die de groep organisatoren en de campagne kunnen steunen	5
Andere manieren om partners te vinden	7
Hou uw partners gemotiveerd en geëngageerd	8



1

De burger betrekken bij het EU-beleid

Iedere EU-burger heeft het recht om aan het democratisch bestel van de Unie deel te nemen. Dat kan op allerlei manieren, bijvoorbeeld door een verzoekschrift aan het Europees Parlement te richten, deel te nemen aan openbare raadplegingen, naar de Europese Ombudsman te stappen, enz. Maar met het Europees burgerinitiatief heeft iedereen een uniek middel in handen om de agenda van de EU-instellingen te beïnvloeden.

Als een groep burgers erin slaagt binnen twaalf maanden 1 miljoen handtekeningen of meer uit ten minste zeven EU-landen te verzamelen, dan kunnen zij de Europese Commissie oproepen om binnen haar bevoegdheden (zie **Een Europees burgerinitiatief beginnen**) wetgeving voor te stellen om de Verdragen toe te passen.

Lees ook de uitleg over de **Procedurestappen**.

Om iedereen die een burgerinitiatief wil organiseren, aan een sterke coalitie te helpen, geven we hier informatie, adviezen en tips die helpen de juiste partners te vinden.

Informatie over campagne voeren voor een Europees burgerinitiatief vindt u in de rubriek **Campagne voeren**.



Succesverhaal

“Stop vivisectie” haalde meer dan een miljoen handtekeningen op door de inspanningen van een EU-brede alliantie van meer dan 250 dierenbeschermingsgroepen, wetenschappelijke organisaties en bedrijven die “producten zonder dierenleed” verkopen.



2

De groep organisatoren

De groep organisatoren moet bestaan uit minstens zeven EU-burgers die oud genoeg zijn om te stemmen bij de Europese verkiezingen en in minstens zeven verschillende EU-landen wonen (dus het is niet de nationaliteit, maar de woonplaats die telt).

De groep moet twee van zijn leden als contactpersonen (een vertegenwoordiger en een plaatsvervanger) aanwijzen. Zij houden namens de groep contact met de Europese Commissie. De groep mag nog twee leden aanduiden die de contactpersonen bij afwezigheid mogen vervangen. Het is ook mogelijk een juridische entiteit op te richten die de groep organisatoren vertegenwoordigt. Door zo'n entiteit op te richten kan de aansprakelijkheid van de leden van de groep organisatoren worden beperkt. Bovendien geeft het het initiatief meer zichtbaarheid. Deze juridische entiteit moet volgens het recht van een lidstaat worden opgericht. Het is dus zaak om de voor het initiatief en voor de groep organisatoren meest geschikte rechtsvorm en nationale wetgeving te kiezen.



Tips

- Gebruik de rubriek «Contacten» van het Forum voor het Europees burgerinitiatief.
- Kies betrouwbare en ervaren mensen als lid van de groep organisatoren.
- Overleg met uw partnerorganisaties om de voor het initiatief meest geschikte woordvoerder te kiezen.



3

Partners die de groep organisatoren en de campagne kunnen steunen

Met partners bedoelen we particulieren en organisaties die kunnen helpen de boodschap te verspreiden, de campagne in de publiciteit te brengen en mensen te overtuigen om een steunverklaring te ondertekenen.

De organisatoren hebben misschien al enkele partners, maar meestal zullen er nog meer moeten worden ingeschakeld. De groep organisatoren kan daarom het best een uitgebreide inventarisatie van mogelijke medestanders op lokaal, regionaal, nationaal en Europees niveau maken, in de volgende categorieën:

- **intermediairs** – vertegenwoordigende organisaties die sympathiek staan tegenover het onderwerp van het initiatief, zoals vakbonden, ngo's, verenigingen, enz.
- **sponsors** – sommige intermediairs zijn misschien bereid de campagne financieel of in natura te steunen; u kunt eventueel ook een beroep doen op charitatieve instellingen
- **opiniemakers** – politici, journalisten en celebrity's die hun steun aan het burgerinitiatief willen verbinden en daarmee het initiatief in de publiciteit kunnen brengen en de inzameling van handtekeningen een impuls kunnen geven
- **vrijwilligers** – de community's die de organisatoren en de partnerorganisaties online volgen of die actief zijn rond relevante hashtags, vormen een vruchtbare voedingsbodem voor vrijwilligers die kunnen helpen de boodschap over te brengen binnen die community's, zowel online als offline, en steunbetuigingen te verzamelen.



Hieronder zetten we in het kort op een rij wat u moet doen wanneer u partners zoekt.

1. Zoek organisaties in andere EU-landen die uw standpunt delen.
2. Neem zo snel mogelijk contact op en/of regel een afspraak.
3. Leg uw initiatief uit, leg uit hoe de potentiële partner kan bijdragen en wat het voordeel voor de organisatie kan zijn. Zo overtuigt u mensen om mee te doen en actief te worden.
4. Als potentiële partners bereid zijn uw initiatief te steunen, zorg dan dat de rollen en verwachtingen duidelijk omschreven zijn.
5. Als ze zelf niet willen helpen, vraag dan of ze misschien anderen kunnen aanbevelen.



Succesverhaal

Zowel paus Franciscus als paus Benedictus XVI steunde openlijk het initiatief "Een van ons".



Tips

- Probeer van zo veel mogelijk partners een officiële schriftelijke steunverklaring te krijgen. Samen vormen de partners een ecosysteem voor het delen en verspreiden van de campagneboodschap.
- Europese ngo's en verenigingen beschikken vaak over een ruim budget en hebben toegang tot goed ontwikkelde communicatiesystemen en -netwerken. Maak er gebruik van!
- De leden van het Europees Parlement vinden een goed gehoor in Brussel en kunnen helpen deuren voor u te openen. Neem contact met hen op!
- Gebruik ook uw eigen contacten om partners te zoeken: familie, vrienden, kennissen, burens, collega's, medeleerlingen en medestudenten.
- Maak intensief gebruik van de sociale media (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, enz.). U vergroot daarmee uw kans om partners te vinden aanzienlijk.
- Leg bij de campagne de nadruk op landen waar het thema al veel belangstelling krijgt.
- Partners hebben zo hun eigen redenen om uw initiatief te steunen, zorg dus dat iedereen er belang bij heeft dat uw initiatief een succes wordt.



Zoek partners voordat u uw burgerinitiatief van start laat gaan! U zit met uw campagne op de goede weg als u...

- veel
- diverse
- actieve
- partners heeft in de hele EU.



Succesverhaal

Nadat "Right2Water" in primetime werd uitgelegd in een sketch op de Duitse televisie, haalde het initiatief in een paar dagen tijd 200.000 handtekeningen op!



4

Andere manieren om partners te vinden

EU-transparantieregister

Het transparantieregister is een vrijwillig register voor organisaties die proberen invloed uit te oefenen op de beleidsvorming van de EU en de EU-instellingen.

Van particuliere bedrijven, brancheorganisaties en adviesbureaus tot ngo's, agentschappen, denktanks, onderzoeksinstituten, universiteiten en gemeenten, u vindt ze in deze database allemaal. Er staan ongeveer 12 000 personen en organisaties in, samen met hun websiteadres, contactgegevens, doelstellingen, specifieke activiteiten, medewerkers, budget en interessegebieden.



U kunt zoeken op trefwoorden zoals «milieu» «gegevensbescherming», «handel», «consumenten», «jongeren», «vervoer» en «belastingen». Op het tabblad «Gegevensrapportage» kunt u nog veel gericht zoeken. Van boven naar beneden kunt u criteria invullen zoals type organisatie, vestigingsplaats, belangenniveau (Europees, wereldwijd, nationaal of regionaal/lokaal), interessegebied enz.



Andere nuttige websites voor het vinden van partners:

- Ngonorway.org – Zoeken naar partners biedt informatie over mogelijke partners in 16 verschillende EU-landen.
- NGOPartnership.org kan worden gebruikt om te zoeken naar ngo's uit heel Europa die als partner kunnen fungeren.
- Ideal-ist Partner Search is een internationaal ICT-netwerk.

5

Hou uw partners gemotiveerd en geëngageerd

Als u veel partners verzameld heeft, moet u er ook voor zorgen dat iedereen goed kan samenwerken en gemotiveerd blijft. Zorg daarom voor:

- een gemeenschappelijke reeks waarden om de burgers te bereiken
- duidelijke en realistische doelstellingen voor elke partner gedurende de hele campagne
- een gevoel van verbondenheid door regelmatig met elkaar te overleggen, online en zo mogelijk in levende lijve
- regelmatige informatie over de stand van zaken, en positieve feedback bij het behalen van doelstellingen, om iedereen gemotiveerd te houden



Succesverhaal

De organisatoren van “Stop glyfosaat” maakten een lijst van nationale organisaties die wilden meedoen aan de campagne, en ze werkten daarmee individueel samen.



Hoe de organisatoren van de vijf geslaagde initiatieven partners hebben gezocht, leest u in hun succesverhalen:

- [Een van ons](#)
- [Right2Water](#)
- [Stop glyfosaat](#)
- [Stop vivisectie](#)
- Minority SafePack (not yet available)

De verstrekte informatie is afkomstig uit onafhankelijke bron en vertegenwoordigt niet het standpunt van de Europese Commissie of andere EU- of nationale instellingen. De Commissie is niet verantwoordelijk voor de wijze waarop deze informatie wordt gebruikt.