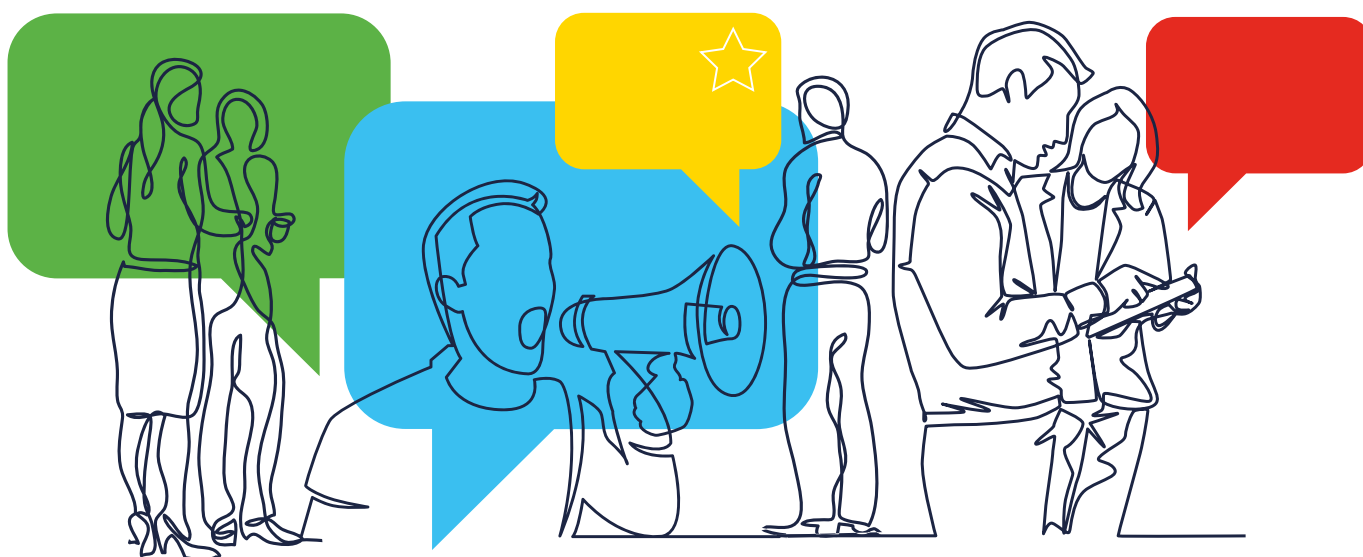


FÅ MERE AT VIDE



## DET EUROPÆISKE BORGERINITIATIV

Sådan skaffer I økonomisk støtte



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

## | INDHOLD

Sæt dagsordenen i Den Europæiske Union	3
Måder at skaffe økonomisk støtte på	4
Andre måder at skaffe økonomisk støtte på	7



# 1

## Sæt dagsordenen i Den Europæiske Union

EU's borgere har ret til at deltage i det demokratiske liv i EU. En af måderne at skabe borgerengagement på er det europæiske borgerinitiativ, som er et enestående værktøj, borgerne kan bruge til at sætte dagsordenen for EU's institutioner.

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**.

### Forberedelser i forbindelser med det europæiske borgerinitiativ

Kun fem af de registrerede initiativer var i de første fem år af initiativets eksistens i stand til at indsamle en million underskrifter, hvilket er et tegn på, at forberedelsesfasen er et af de mest kritiske trin i proceduren. Økonomisk støtte, menneskelige ressourcer, IT-support, juridisk rådgivning og oversættelse er ofte nødvendige dele af borgerinitiativkampagne. Det er desuden vigtigt at være forberedt på, at det koster megen tid og mange ressourcer at organisere sådan en kampagne.

Det er altafgørende, at man i forberedelsesfasen sørger for at skaffe penge til at opbygge og køre en slagkraftig kampagne – men det kan også være en udfordring. I kan læse mere om at organisere kampagnen i vejledningen **Sådan fører I kampagne**.

Her fokuseres på de forskellige trin i processen med at skaffe midler til at finansiere et borgerinitiativ og de outreachaktiviteter, der er forbundet med det.



Medlemmerne af initiativtagergruppen hæfter solidarisk for enhver skade, der forårsages i forbindelse med organiseringen af initiativet, og som følger af ulovlige handlinger. Hvis initiativtagergruppen imidlertid opretter en retlig enhed på grundlag af reglerne i et medlemsland, hæfter denne enhed for skader som følger af organiseringen af initiativet.



## 2

# Måder at skaffe økonomisk støtte på

## Behov for penge

Det at køre en tværnational kampagne er en af de største udfordringer for initiativtagerne til et europæisk borgerinitiativ. Der må forventes mange omkostninger, ikke blot i forberedelsesfasen, men også i de andre faser i processen.

For det første gør flersprogetheden i Europa det nødvendigt at oversætte al information om initiativet til de officielle sprog i alle de lande, hvor I har til hensigt at indsamle underskrifter – husk, at Europa-Kommissionen sørger for oversættelsen af beskrivelsen af initiativet. For det andet skal I regne med udgifter til at ansætte medarbejdere – også selv om det er frivillige, der står for at køre kampagnen. For det tredje er kommunikationen helt afgørende, og det at oprette et website, styre brugen af de sociale medier og organisere arrangementer koster alt sammen penge. For det fjerde kan dette også blive dyrt, hvis I har brug for juridisk rådgivning fra advokater. Hvis initiativtagerne beslutter at printe og trykke dokumenter og brochurer og bruge mediereklamer, kan det også betyde højere omkostninger.

Vi opfordrer kraftigt initiativtagere til at overveje at følge disse trin:

### Opret en alliance

Som det er beskrevet i vejledningen **Sådan søger I efter partnere**, bør I, inden I iværksætter borgerinitiativet, oprette et solidt netværk af partnere (lokale NGO'er og organisationer), der har lignende mål og bekymringer, og som er aktive på både lokalt og internationalt plan. Efter registreringen af initiativet har initiativtagergruppen op til seks måneder til at iværksætte indsamlingen af støttetilkendegivelser. Initiativtagergruppen kan bruge tiden til at konsolidere sit netværk.



### Tre gode råd:

1. Vær aktive
2. Vær kreative
3. Vær vedholdende



## Identificering af potentielle støtter:

1. Kortlæg potentielle lokale, regionale, nationale eller europæiske partnere, der har relation til emnet/målet for initiativet.
2. Etabler en «borgerlobby», der kan støtte initiativet lokalt og identificere bedste praksis.
3. Brug forummet for det europæiske borgerinitiativ til at søge efter partnere.
4. Brug EU's åbenhedsregister til at finde relevante partnere på EU-plan.
5. Virksomheder i den private sektor og erhvervs sammenslutninger kan være villige til at støtte initiativer, der er i overensstemmelse med deres mål.



## Succeshistorie

Stop glyphosate er det initiativ, der har været bedst til at sikre sig økonomisk støtte, fordi størstedelen af midlerne kom fra de stærke medlemsorganisationer, der støttede initiativet.

## Opstil et fælles budget

Det er vigtigt, at forventninger og beløbsgrænser er helt klare, når budgettet for kampagnen skal udarbejdes.



## Tip

- Ikkeøkonomisk støtte kan også spare jer penge. Kommissionen yder bl.a. ikkeøkonomisk støtte via det europæiske borgerinitiativs forum, ved at stille oversættelser til rådighed for alle registrerede initiativer (titel, mål, bilag) og gennem et gratis onlineindsamlingsystem, der forvaltes direkte af Kommissionen. Og sidst, men ikke mindst, yder Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg supplerende støtte til initiativtagere.



## Succeshistorie

Arrangørerne af Right2Water lancerede en fond til finansiering af kampagnen tre år i forvejen.

## Byrdefordeling

Privatpersoner (i de fleste tilfælde initiativtagerne selv) må gerne donere mindre beløb til finansieringen af initiativet. Det er dog foreninger og fonde, der normalt er de vigtigste kilder til finansiering – det viser erfaringer fra de fem gennemførte borgerinitiativer (f.eks. "One of us" og "Indfør et forbud mod glyphosat").



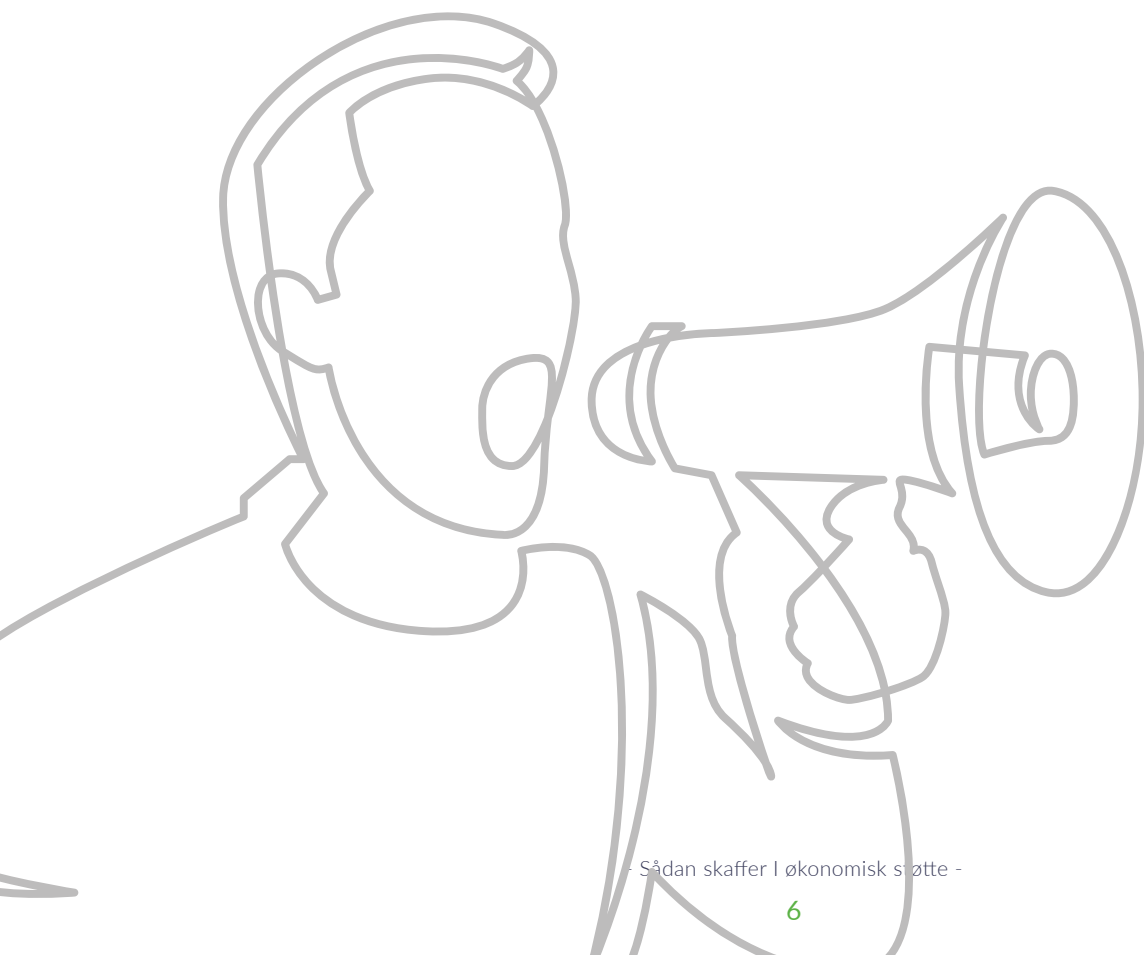
### Tip

- En skriftlig aftale, der angiver de forskellige bidrag fra partnerne, f.eks. medarbejdertimer, outreachaktiviteter og penge, vil spare jer for misforståelser mellem partnere under kampagnen.
- Når de underskriver et initiativ, kan støtter bliver opfordret til at bidrage med en donation.
- Brug partnernes mailinglister til at bede om donationer.



## Succeshistorie

Hver national gruppe, der blev oprettet i forbindelse med One of us-kampagnen, skaffede selv finansiering til sin nationale kampagne. Initiativtagerne til Stop vivisection mener også, at nationale kampagner kan finansieres på nationalt plan.



# 3

## Andre måder at skaffe økonomisk støtte på

### Crowdfunding

En af de mest anvendte metoder til finansiering af et projekt eller initiativ er crowdfunding. Det går ud på, at et stort antal enkeltpersoner giver penge – for det meste småbeløb – til finansiering af et projekt eller initiativ. Man bruger brede netværk af folk, som man får kontakt med via de sociale medier, og specialiserede crowdfundingwebsites til at indsamle penge.

### Peer-to-peer-crowdfunding

Denne særlige type af crowdfunding sigter mod at nå et større publikum via initiativstøtternes individuelle netværk. Enkeltpersoner kan oprette deres eget crowdfundingwebsite og dele det med deres netværk (familie, venner, kolleger osv.) for at skaffe økonomisk støtte.

### Merchandising

Selv om det normalt ikke giver store beløb, kan merchandising være et glimrende supplement til andre typer finansiering af kampagnen.

Armbånd, T-shirts, brochurer, kasketter, kort, tørklæder osv. med kampagnebudskabet kan bidrage til at øge kendskabet til jeres borgerinitiativ og skaffe penge til kampagnen.



### Crowdfundingwebsites:

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



## Sponsorering

Virksomheder bruger flere og flere penge på virksomhedssponsoringsprogrammer for at forbedre deres omdømme og få opmærksomhed i deres målgrupper. For at tiltrække sponsorer bør I:

- kende jeres publikum: I skal vide, hvilken type sponsorer I ønsker at tiltrække. De valgte sponsorer bør have værdier, der er i overensstemmelse med de mål, I forfølger. I bør også vide, hvilken type publikum I kan tilbyde en sponsor. En af de vigtigste årsager til, at en virksomhed vil sponsorere jeres organisation, er opnå opmærksomhed hos et publikum, den ikke har nået.
- tilbyde noget værdifuldt  
Virksomhederne ønsker et afkast af deres investeringer, også selv om det kun er i forhold til deres image og for at udvise socialt ansvar. Arbejd sammen med jeres sponsor om en markedsføringsplan, der er til gavn for begge parter.
- præsentere jeres idé og værdier: I skal ikke blot fortælle jeres historie og få organisationer til at gå ind for jeres sag, I skal også kunne demonstrere holdbarheden af jeres projekt.

## Donationer

Folk, der støtter det europæiske borgerinitiativ, I forsøger at starte, kan også støtte jeres kampagne med donationer. I kan indsamle donationer via jeres website. I skal i den forbindelse sikre, at I:

- klart forklarer, hvad I laver
- oplyser, hvordan donationer anvendes – lad støtte fra tredjeparter fremgå klart
- sørg for et tydeligt link til donationer og en hurtig donationsprocedure.



### Tip

- Hold godt styr på al økonomisk støtte, da alle bidrag på over 500 euro pr. sponsor skal oplyses regelmæssigt gennem hele proceduren og mindst hver anden måned. I skal også informere om de organisationer, der bistår initiativtagergruppen på frivillig basis, hvis en sådan støtte ikke er økonomisk kvantificerbar.



## Alternative måder at skaffe økonomisk støtte på:

1. Sociale medier
2. Organiserede fester
3. Bingo
4. Lotterier
5. Virale udfordringer
6. Bar crawl
7. Brætspilturneringer
8. Sportturneringer
9. Auktioner
10. Karaokearrangementer
11. Talentauktioner



Læs mere om, hvordan de fem vellykkede borgerinitiativer skaffede penge i disse faktablade om succes historier:

- **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.