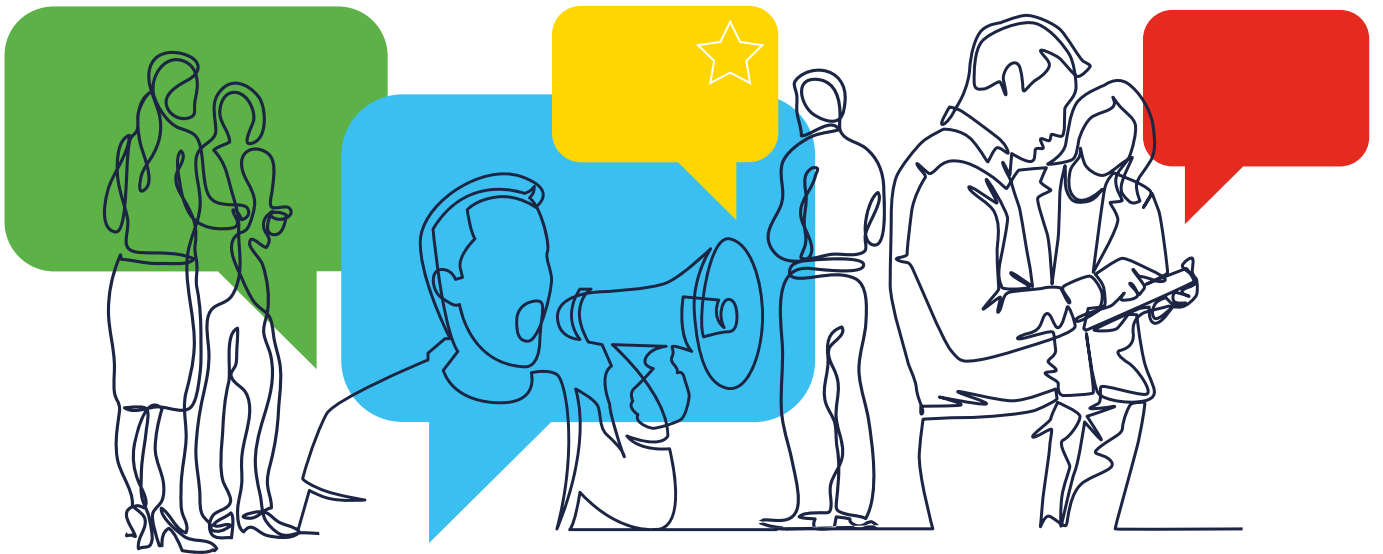


MEHR ERFAHREN



EUROPÄISCHE BÜRGERINITIATIVE

Fundraising



MEHR ERFAHREN – DISKUTIEREN – VERNETZEN – RAT SUCHEN

| INHALT

Setzen Sie Ihr Thema auf die politische Tagesordnung der EU!	3
Möglichkeiten zur Beschaffung von Finanzmitteln	4
Andere Möglichkeiten zur Beschaffung von Finanzmitteln	7



1

Setzen Sie Ihr Thema auf die politische Tagesordnung der EU!

EU-Bürgerinnen und -Bürger haben das Recht, am demokratischen Leben der EU teilzunehmen. Eine Möglichkeit für mehr Bürgerbeteiligung an der EU-Politik ist die Europäische Bürgerinitiative. Nur mit ihr können die Bürgerinnen und Bürger Einfluss auf die politische Tagesordnung der EU-Organen nehmen.

Wenn eine Organisatorengruppe innerhalb von 12 Monaten in mindestens sieben Mitgliedstaaten 1 Million Unterschriften sammelt, kann sie die Europäische Kommission auffordern, im Rahmen ihrer Befugnisse (siehe Leitfaden zur **Ausarbeitung einer Europäischen Bürgerinitiative**) einen Rechtsakt zur Umsetzung der Verträge vorzuschlagen.

Im Leitfaden **Das Verfahren Schritt für Schritt** erfahren Sie mehr darüber.

| Vorbereitung ist die halbe Miete

Die Tatsache, dass in den ersten fünf Jahren nach Einführung des Instruments nur fünf registrierte Initiativen mit der Sammlung von 1 Million Unterschriften erfolgreich waren, lässt darauf schließen, dass die Vorbereitungsphase entscheidend für das gesamte Verfahren ist. Meistens sind Finanzmittel, personelle Ressourcen, IT-Support, rechtliche Beratung und Übersetzungen nötig. Die Organisation der Kampagne nimmt viel Zeit und Ressourcen in Anspruch.

Es ist daher besonders wichtig, bereits in der Vorbereitungsphase die nötigen Finanzmittel für die Vorbereitung und Durchführung einer großangelegten Kampagne zu beschaffen, auch wenn dies nicht ganz einfach ist. Wie Sie Ihre Kampagne aufziehen, erfahren Sie im Leitfaden **Ihre Kampagne**.

Hier geben wir Ihnen Anhaltspunkte für die Beschaffung von Finanzmitteln für die Koordinierung einer Initiative und die dazugehörige Öffentlichkeitsarbeit.



Die Mitglieder der Organisatorengruppe haften gesamtschuldnerisch für Schäden infolge rechtswidriger Handlungen im Zusammenhang mit der Organisation der Initiative. Gründet die Organisatorengruppe hingegen eine juristische Person gemäß dem nationalen Recht eines Mitgliedstaats, ist diese Rechtsperson für Schäden haftbar, die aus der Organisation der Initiative entstehen.



2

Möglichkeiten zur Beschaffung von Finanzmitteln

Finanzbedarf

Eine grenzüberschreitende Kampagne aufzuziehen, ist eine der größten Herausforderungen für die Organisatoren einer Europäischen Bürgerinitiative. Nicht nur in der Vorbereitungsphase, sondern während des gesamten Verfahrens ist mit beträchtlichen Kosten zu rechnen.

Zunächst wird es aufgrund der Mehrsprachigkeit in Europa erforderlich sein, alle mit der Initiative zusammenhängenden Informationen in die Amtssprachen der Länder zu übersetzen, in denen Unterstützungsbekundungen gesammelt werden sollen. Allerdings übernimmt die Kommission die Übersetzung der Beschreibung der Initiative! Zweitens werden Sie unter Umständen trotz des Einsatzes von Freiwilligen Personal beschäftigen, was weitere Kosten verursacht. Drittens ist Kommunikation sehr wichtig. Die Erstellung einer Webpräsenz, die Verwaltung der Konten in den sozialen Medien und die Organisation von Veranstaltungen schlagen ebenfalls zu Buche. Viertens werden Sie gegebenenfalls rechtliche Beratung in Anspruch nehmen. Auch der Druck von Unterlagen und Broschüren und die Schaltung von Werbeanzeigen in den Medien kosten Geld.

Unsere Empfehlungen:

Suchen Sie Verbündete

Wie bereits in unserem Leitfaden **Partnersuche** erwähnt, sollten Sie Ihre Initiative erst dann einreichen, wenn Sie ein ausreichendes Netzwerk an Partnern (lokale NRO und Organisationen) mit ähnlichen Zielen und Idealen aufgebaut haben, die nicht nur lokal, sondern auch auf internationaler Ebene agieren. Nach der Registrierung der Initiative hat die Organisatorengruppe bis zu sechs Monate Zeit, um mit der Sammlung von Unterstützungsbekundungen zu beginnen. Dieser Zeitraum kann zur Konsolidierung des Netzwerks genutzt werden.



Drei Tipps:

1. Aktiv sein
2. Kreativ sein
3. Dranbleiben



Suchen Sie potenzielle Unterstützer:

1. Ermitteln Sie potenzielle Partner auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene, die das Ziel Ihrer Initiative unterstützen.
2. Schaffen Sie eine „Bürgerlobby“ zur Unterstützung von Initiativen vor Ort und zur Ermittlung bewährter Methoden.
3. Nutzen Sie das Forum der Europäischen Bürgerinitiative für Ihre Suche nach Partnern.
4. Im EU-Transparenzregister finden Sie potenzielle Partner auf EU-Ebene.
5. Auch Verbände der Privatwirtschaft und Industrie kommen als Partner in Frage, wenn sie Ihre Ziele teilen.

Gemeinsames Budget

Bei der Festlegung des Budgets können Sie Ihre Erwartungen beziffern und bestimmen, wo Sie die Grenze ziehen.



Tipp

- Nicht finanzielle Unterstützung kann auch helfen, Geld zu sparen. Die Europäische Kommission stellt beispielsweise ein Forum, die Übersetzung aller registrierten Initiativen (Bezeichnung, Ziele, Anhang) und ein kostenloses Online-Sammelsystem bereit, das direkt von ihr verwaltet wird. Der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss bietet Organisatoren zusätzliche Unterstützung.



Erfolgsbeispiel

„Verbot von Glyphosat“ war am erfolgreichsten bei der Mittelbeschaffung. Ein Großteil der Gelder stammte von finanzstarken Mitgliedsorganisationen, die die Initiative unterstützten.



Erfolgsbeispiel

Die Organisatoren von Right2Water richteten bereits drei Jahre im Voraus einen Fonds zur Finanzierung der Kampagne ein.

Lastenteilung

Privatpersonen, meistens die Organisatoren selbst, dürfen auch kleine Beträge zur Finanzierung der Initiative beisteuern. Die Erfahrung der fünf erfolgreichen Initiativen (z. B. 1 von uns, Verbot von Glyphosat) hat gezeigt, dass neben Verbänden in der Regel Stiftungen die Hauptfinanzierungsquelle sind.



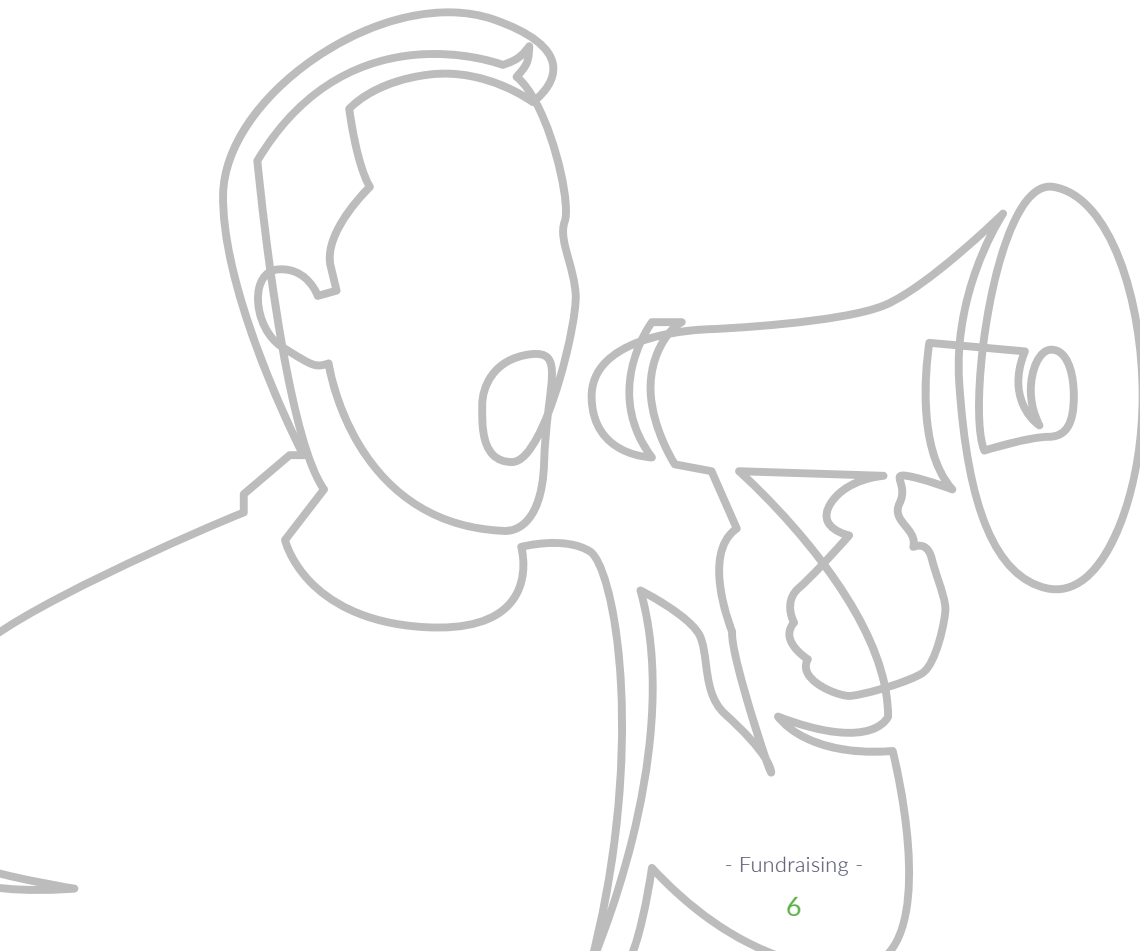
Tipps

- Um Missverständnisse zwischen den Partnern während der Kampagne bereits im Vorfeld auszuräumen, halten Sie in einer schriftlichen Vereinbarung fest, wer welchen Beitrag erbringt (zum Beispiel Bereitstellung von Personal, Werbeaktivitäten, Geld usw.).
- Bei der Unterzeichnung einer Initiative könnten die Unterstützer zu einer Spende aufgerufen werden.
- Nutzen Sie die Mailinglisten Ihrer Partner für Spendenaufrufe.



Erfolgsbeispiel 1 von uns

Die Gelder für die Kampagnen in den einzelnen Ländern brachten die nationalen Ausschüsse selbst auf. Auch die Organisatoren von „Stop Vivisection“ vertreten die Ansicht, dass nationale Kampagnen aus nationalen Beiträgen finanziert werden können.



3

Andere Möglichkeiten zur Beschaffung von Finanzmitteln

Crowdfunding

Eine der gängigsten Methoden zur Finanzierung eines Projekts oder einer Initiative ist Crowdfunding. Dabei tragen viele Einzelpersonen meist kleine Beträge zur Finanzierung eines Projekts oder einer Initiative bei. Die Geldgeber werden über soziale Netzwerke und spezialisierte Crowdfunding-Plattformen erreicht.

Peer-to-Peer-Fundraising

Bei dieser besonderen Art des Crowdfunding fungieren die Unterstützer als Multiplikator, indem sie ihre Communities zur Finanzierung der Initiative aktivieren. Sie erstellen eigene Fundraising-Websites und teilen sie mit ihren Netzwerken (Familie, Freunde, Kollegen usw.).

Merchandising

Obwohl sich damit keine großen Summen aufbringen lassen, ist Merchandising eine ausgezeichnete Ergänzung zur Finanzierung der Kampagne.

Mit Armbändern, T-Shirts, Flyern, Postkarten, Base-Caps, Broschüren, Schals und anderen Werbeartikeln können Sie für Ihre Kampagne werben und Geld verdienen.



Crowdfunding- Websites:

1. CiviCRM
2. YouCaring
3. Classy.org



Sponsoren

Immer mehr Unternehmen engagieren sich als Sponsoren, um ihren Ruf zu verbessern und die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppe zu erregen. So finden Sie Sponsoren:

- Denken Sie an Ihre eigene Zielgruppe: Überlegen Sie sich genau, welche Art von Sponsoren Sie gewinnen möchten. Sie sollten ähnliche Werte vertreten wie Sie. Welche Zielgruppe sprechen Sie an, die für den Sponsor interessant sein könnte? Einer der Hauptgründe für Sponsoring ist, die Aufmerksamkeit einer Zielgruppe zu erlangen, die das Unternehmen bisher nicht erreicht hat.
- Geben Sie etwas zurück!
Unternehmen möchten, dass sich ihre Investition rentiert, und sei es nur im Hinblick auf ihren Ruf oder ihre soziale Verantwortung. Erarbeiten Sie gemeinsam mit Ihrem Sponsor eine Marketingstrategie, die beiden Seiten nützt.
- Schildern Sie Ihre Idee und wofür Sie stehen: Sie müssen das Unternehmen nicht nur von sich und Ihrer Initiative überzeugen, sondern auch das Gefühl vermitteln, dass Sie zuverlässig sind.

Spenden

Die Unterstützer Ihrer Initiative könnten auch als Spender für Ihre Kampagne infrage kommen. Sie können auch über Ihre Website Spenden sammeln. Achten Sie dabei auf Folgendes:

- Erläutern Sie klar und deutlich, was Sie vorhaben.
- Legen Sie offen, wofür Sie die Spenden verwenden.
- Zeigen Sie an, welche Organisationen Ihre Initiative unterstützen.
- Sorgen Sie dafür, dass die Spender über einen Link einfach und schnell spenden können.



Tipp

- Führen Sie sorgfältig Buch über die Spenden, da alle Finanzierungsquellen ab einem Beitrag von mehr als 500 Euro pro Jahr und Geldgeber während des gesamten Verfahrens regelmäßig (mindestens alle zwei Monate) offengelegt werden müssen. Sie müssen außerdem Angaben zu den Organisationen machen, von denen Sie ehrenamtlich unterstützt werden, sofern diese Unterstützung wirtschaftlich nicht messbar ist.



Alternative Geldquellen:

1. Soziale Medien
2. Privatparty
3. Bingo
4. Lotterie
5. Virale Challenges
6. Bar Crawl
7. Brettspielturnier
8. Sportturnier
9. Auktion
10. Karaoke-Nacht
11. Talentbörse



Wie die Organisatoren der fünf erfolgreichen Initiativen ihre Kampagnen finanziert haben, erfahren Sie unter „Erfolgsbeispiele“:

- 1 von uns
- Right2Water
- Verbot von Glyphosat
- Stop Vivisection
- Minority SafePack (in Kürze)