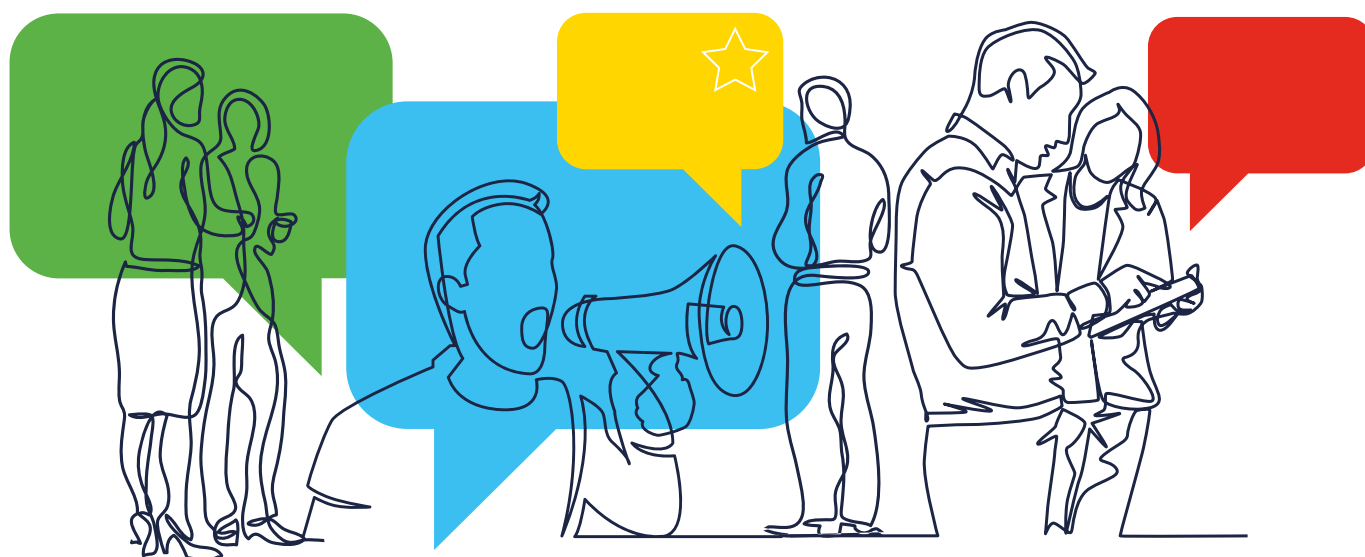




HET EUROPEES BURGERINITIATIEF

Fondsen werven



INFO – MEEPRATEN – CONTACTEN – ADVIES

| INHOUDSOPGAVE

Bepaal de agenda van de Europese Unie	3
Manieren om fondsen te werven	4
Andere manieren om fondsen te werven	7



1

Bepaal de agenda van de Europese Unie

Iedere EU-burger heeft het recht om aan het democratisch bestel van de Unie deel te nemen. Een van de manieren om de burger te betrekken bij het EU-beleid bevorderen is het Europees burgerinitiatief, een uniek middel voor de Europese burger om de agenda van de EU 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**.

| Bereid uw Europees burgerinitiatief goed voor

Het feit dat in de eerste vijf jaar van het bestaan van het Europees burgerinitiatief slechts vijf van de geregistreerde initiatieven met succes 1 miljoen handtekeningen hebben verzameld, wijst erop dat een goede voorbereiding onmisbaar is. Bedenk ook dat u meestal geld, vrijwilligers, IT-ondersteuning, juridisch advies en vertalers nodig heeft. Een campagne voor een Europees burgerinitiatief vergt heel wat tijd en middelen.

In de voorbereidingsfase is het heel belangrijk maar soms ook moeilijk om voldoende geld bijeen te brengen om een overtuigende campagne te kunnen neerzetten. Informatie over campagne voeren voor een Europees burgerinitiatief vindt u in de rubriek **Campagne voeren**.

Daarin staan de verschillende stappen die u kunt zetten om fondsen te werven voor coördinatie en publiciteit.



De leden van de groep organisatoren zijn hoofdelijk aansprakelijk voor eventuele schulden of schade die zij bij het organiseren van het initiatief of eventuele onrechtmatige handelingen veroorzaken. Als de groep organisatoren echter een juridische entiteit opricht naar het recht van een lidstaat, is de juridische entiteit aansprakelijk voor eventuele schulden of schade die wordt veroorzaakt bij het organiseren van het initiatief.



2

Manieren om fondsen te werven

Waarom geld belangrijk is

Een campagne in verschillende landen voeren is voor organisatoren van een Europees burgerinitiatief misschien wel de grootste uitdaging. De kosten kunnen hoog oplopen, niet alleen bij de voorbereiding maar ook tijdens het verdere verloop van de procedure.

Omdat er in Europa veel verschillende talen worden gesproken, moet alle informatie over het burgerinitiatief worden vertaald in de officiële talen van alle landen waar de organisatoren van plan zijn steunbetuigingen te verzamelen. De Europese Commissie zorgt alleen voor de vertaling van de omschrijving van het initiatief. Ook personeel is duur, al kunnen voor de campagne natuurlijk ook vrijwilligers worden ingeschakeld. Daarnaast is communicatie van kapitaal belang. De ontwikkeling van een website, de aanwezigheid op de sociale media, het organiseren van evenementen, het brengt allemaal kosten mee. Ook het drukken van documenten, folders en brochures en advertenties in de media kost geld. En ten slotte heeft u wellicht advies van juristen nodig. Ook dat kan erg duur zijn.

Wij raden organisatoren sterk aan om na te denken over de volgende stappen:

Een alliantie vormen

Zoals beschreven bij **Partners zoeken** is het, voordat u met het burgerinitiatief begint, beter om eerst een hecht netwerk te vormen van gelijkgestemde partners (ngo's en organisaties) die lokaal en internationaal actief zijn. Na de registratie van het initiatief heeft de groep organisatoren zes maanden de tijd om te beginnen met het verzamelen van steunbetuigingen. Die periode kan de groep organisatoren gebruiken om het netwerk te consolideren.



Drie tips:

1. Wees actief
2. Wees creatief
3. Wees vasthoudend



Partners zoeken:

1. Maak een lijst van mogelijke partners op lokaal, regionaal, nationaal en Europees niveau die zich al inzetten voor het onderwerp of de doelstelling van uw burgerinitiatief.
2. Breng een “burgerlobby” op de been, die plaatselijke initiatieven kan ondersteunen en goede praktijken kan opsporen.
3. Gebruik het Forum voor het Europees burgerinitiatief om partners te zoeken.
4. Gebruik het transparantieregister van de EU om relevante partners op EU-niveau te vinden.
5. Bedrijven en brancheorganisaties zijn soms bereid om steun te verlenen als het onderwerp van uw burgerinitiatief aansluit bij hun doelstellingen.



Succesverhaal

Het initiatief “Stop glyfosaat” wist de meeste fondsen te werven omdat ze konden rekenen op sterke organisaties die het initiatief steunden.

Opstelling van een gemeenschappelijke begroting

Bij het opstellen van de begroting voor de campagne moet rekening worden gehouden met de verwachtingen en beperkingen.



Tip

- Hulp in natura kan geld besparen. Enkele voorbeelden van hulp in natura van de Commissie zijn het Forum voor het Europees burgerinitiatief, de vertalingen voor geregistreerde initiatieven (titel, doelstellingen, bijlage), en het gratis onlineverzamelstelsel dat rechtstreeks door de Commissie wordt beheerd. En, last but not least, ook het Europees Economisch en Sociaal Comité kan de organisatoren extra steun geven.



Succesverhaal

De organisatoren van “Right2Water” richtten al drie jaar van tevoren een fonds op om de campagne te financieren.

Verdeling van de lasten

Particulieren, in de meeste gevallen de organisatoren zelf, kunnen in beperkte mate ook zelf bijdragen aan de financiering van het initiatief. Meestal brengen stichtingen, naast verenigingen, het meeste geld in, zoals gebleken is uit de vijf geslaagde initiatieven (waaronder “Eén van ons” en “Stop glyfosaat”).



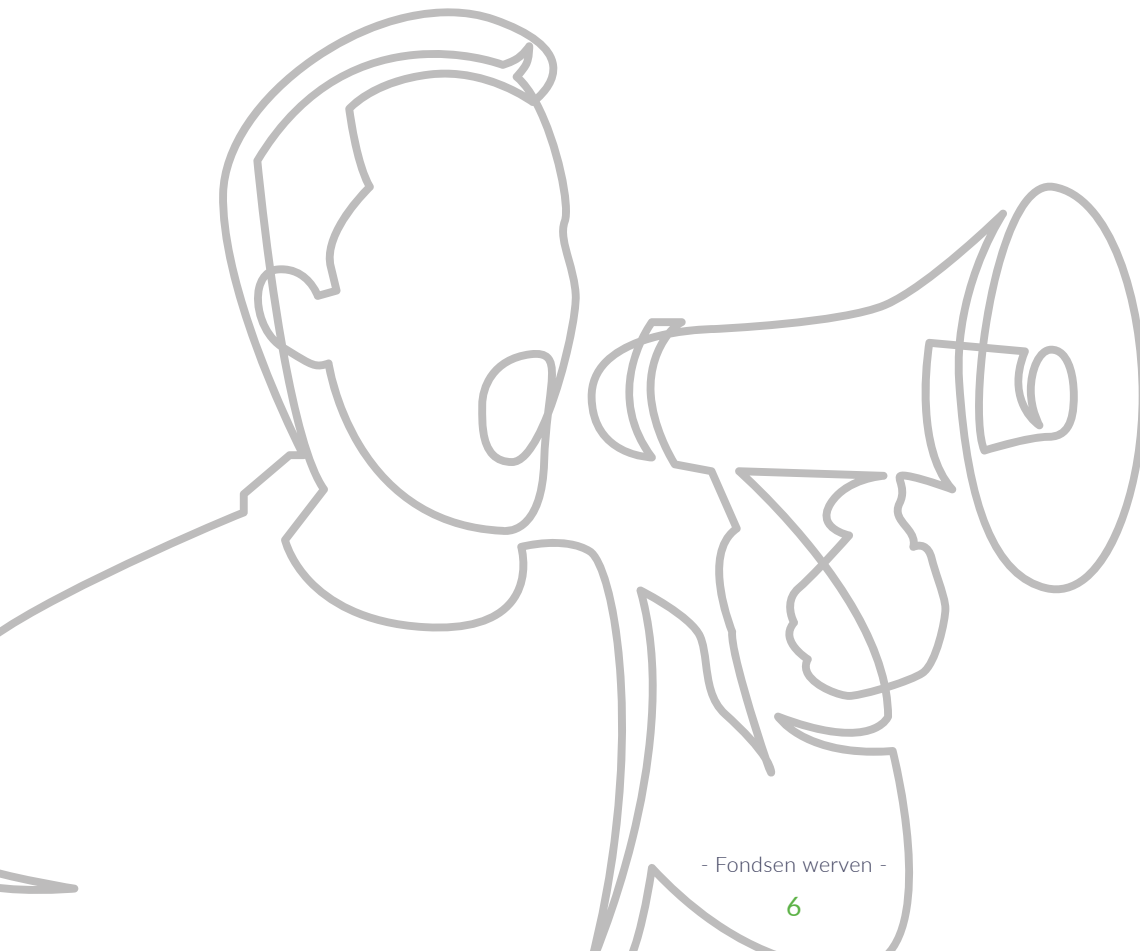
Tips

- Leg vooraf schriftelijk vast wat de verschillende partners bijdragen (bijvoorbeeld in termen van tijd, publiciteit, geld, enz.). Dat voorkomt misverstanden tussen de partners tijdens de campagne.
- Ook aan degenen die een steunbetuiging ondertekenen, kunt u een financiële bijdrage vragen.
- Maak gebruik van de mailinglijsten van uw partners om donaties te vragen.



Succesverhaal

Elk nationaal comité dat voor het initiatief “Een van ons” werd opgericht, haalde zelf geld op om de campagne in eigen land te bekostigen. Ook de organisatoren van “Stop vivisectie” zijn van mening dat een nationale campagne in het land zelf kan worden bekostigd.



3

Andere manieren om fondsen te werven

Crowdfunding

Een van de meest gangbare manieren om een project of initiatief te financieren is via crowdfunding. Daarbij leveren grote aantallen personen meestal een kleine bijdrage in de financiering van het project of initiatief. Voor de inzameling van het geld wordt gebruik gemaakt van de sociale netwerken en gespecialiseerde websites voor crowdfunding.

Peer-to-peer-fondsenwerving

Bij deze speciale vorm van crowdfunding wordt geprobeerd een breder publiek te bereiken via de afzonderlijke netwerken van de partners bij het burgerinitiatief. Iedereen kan zijn eigen website voor fondsenwerving opzetten en de link ernaar delen met zijn eigen netwerk van contacten (familie, vrienden, collega's, enz.) om financiële steun bij elkaar te krijgen.

Merchandising

Hoewel hiermee meestal geen enorme bedragen zijn gemoeid, kan merchandising voor een prima aanvulling op het campagnebudget zorgen.

Polsbandjes, T-shirts, folders, kaarten, petten, brochures, sjaals en andere items leveren behalve publiciteit ook nog eens geld voor de campagne op.



Websites voor crowdfunding:

1. CiviCRM
2. YouCaring
3. Classy.org



Sponsoring

Bedrijven besteden steeds meer geld aan bedrijfssponsorprogramma's om hun reputatie te verbeteren en aandacht te krijgen van de doelgroep. Wat is belangrijk om sponsors aan te trekken?

- Zorg dat u de markt kent: weet wat voor sponsors u wilt aantrekken. Kies sponsors met waarden die passen bij de doelstelling van uw initiatief. Weet ook wat uw doelgroep is, zodat u de sponsor daarmee kunt overtuigen. Een van de belangrijkste redenen waarom een bedrijf uw organisatie zal sponsoren, is om aandacht te krijgen van een doelgroep die het nog niet bereikt.
- Bied iets waardevols aan. Bedrijven willen dat hun investering rendeert, als is het maar in de vorm van een imago van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Werk met uw sponsor een marketingplan uit dat gunstig is voor u allebei.
- Breng uw idee en uw waarden onder de aandacht: u moet niet alleen uw verhaal vertellen en organisaties overtuigen, maar ook handelen naar uw principes.

Donaties

Wie uw idee voor een Europees burgerinitiatief steunt, kan uw campagne ook met een donatie steunen. U kunt via uw website geld inzamelen. Zorg dan wel dat u:

- duidelijk uitlegt wat uw plannen zijn
- laat zien hoe de giften worden gebruikt
- openheid geeft over andere partijen die u financieel steun
- zorgt voor een duidelijke knop om te doneren en een snelle procedure



Tip

- Houd de ontvangen financiële bijdragen en andere vormen van steun zorgvuldig bij omdat u tijdens de procedure minstens om de twee maanden opgave moet doen van alle bijdragen met een waarde van meer dan 500 euro per jaar. U moet ook informatie verstrekken over de organisaties die u vrijwillig bijstaan, wanneer die steun niet economisch kwantificeerbaar is.



Andere manieren om geld bijeen te brengen:

1. Sociale media
2. Feesten organiseren
3. Bingo's
4. Loterijen
5. Viral challenges
6. Fundraising-kroegentochten
7. Bordspeltoernooien
8. Sporttoernooien
9. Veilingen
10. Karaokeavonden
11. Talentenveilingen



Hoe de organisatoren van de vijf succesvolle initiatieven fondsen hebben geworven, leest u in hun succesverhalen:

- **Eén van ons**
- **Right2Water**
- **Stop glyfosaat**
- **Stop vivisectie**
- **Minority SafePack** (nog niet beschikbaar)

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.