



PÅ UDKIG EFTER PARTNERE: HOVEDPUNKTER FRA WEBINARERNE

Dette dokument indeholder de vigtigste anbefalinger, når du er på udkig efter partnere, der blev delt på webinarerne på forummet for det europæiske borgerinitiativ. Anbefalingerne er opdelt efter emner og hentes fra følgende webinar:

- [Webinaret "Sådan søger du efter partnere", 2018](#)

De vigtigste pointer

1. For at starte et europæisk borgerinitiativ skal der oprettes en initiativtagergruppe med mindst syv medlemmer, der bor i syv forskellige EU-lande.
2. Det er afgørende at have tilstrækkeligt med partnere for at gennemføre en vellykket kampagne og indsamle underskrifter. Initiativtagerne bør komme i gang med at kontakte mulige partnerorganisationer så tidligt som muligt.
3. For at føre en vellykket kampagne er det vigtigt, at man har nationale partnere. Selv om det er godt at have et stort europæisk netværk, er de nationale partnere den største hjælp, når der skal indsamles underskrifter på stedet.

Andre relevante pointer

Tidsplan

- Når der skal findes partnere, er det afgørende at kontakte organisationer i andre medlemslande så tidligt som muligt. Det er vigtigt, at ansvarsområderne er klart defineret mellem partnerne.
- Det er vigtigt at få et realistisk billede af partnernes kapacitet, og hvordan de kan støtte initiativet i de forskellige EU-lande.
- Organisationerne bør have veldefinerede mål lige fra begyndelsen.
- Det er vigtigt at have tilstrækkelige ressourcer til at gennemføre en vellykket kampagne fra et tidligt tidspunkt.

Typer af partnere

- Partnerne kan være formidlere med en positiv holdning til projektet, sponsorer, influencere (politikere eller berømtheder) eller frivillige.
- Partnernes vigtigste karakteristika bør være: mangfoldige, talrige, proaktive og spredt i hele EU.
- Det kunne være en god strategi at henvende sig til MEP'erne for at fortælle dem om initiativet, og hvad man vil opnå med det.
- Det er en udfordring at finde den rette balance mellem at styrke kampagner i de enkelte lande, så deltagerne føler, at det er deres egen kampagne, og koordinere kampagnen centralt.
- Initiativtagerne bør opbygge en alliance på omkring 100 organisationer, der forpligter sig til at hjælpe med at indsamle underskrifter.

Interaktion med partnere





- Alle medlemmer af initiativtagergruppen skal være meget pålidelige.
- Initiativtagerne skal være meget omhyggelige med brugen af logoer. De bør kun anvende dem, når støtten fra en bestemt organisation er helt sikker.

