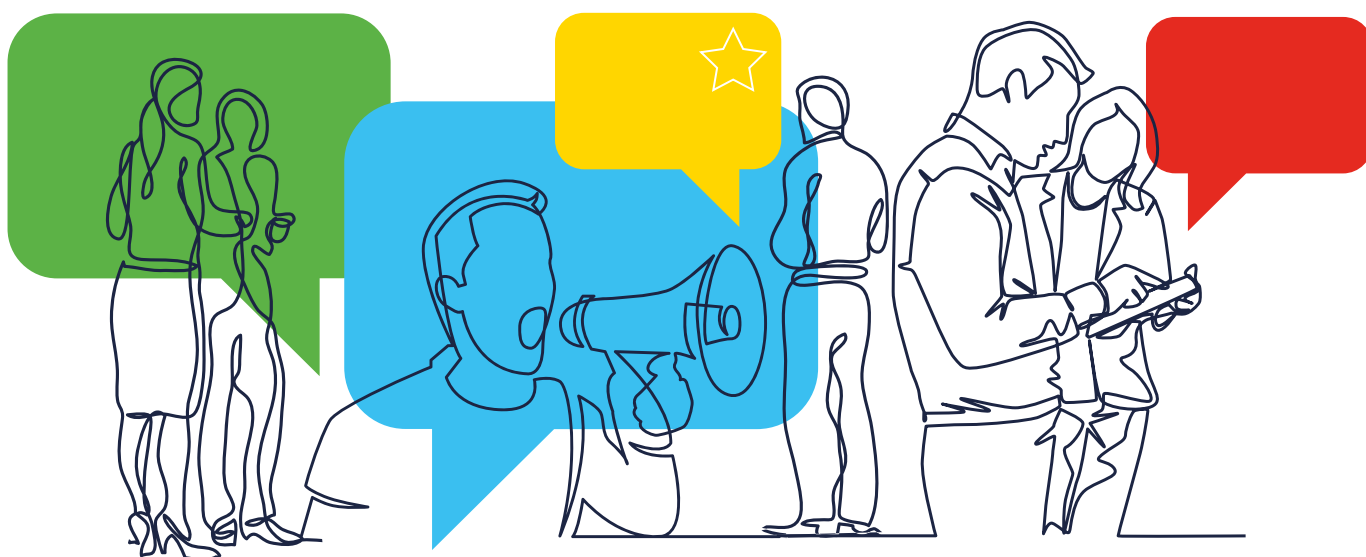




FORUM FOR DET EUROPÆISKE BORGERINITIATIV

ONE OF US



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

| INDHOLD

One of Us	3
One of Us-kampagnen	4
The impact of the One of Us campaign	7



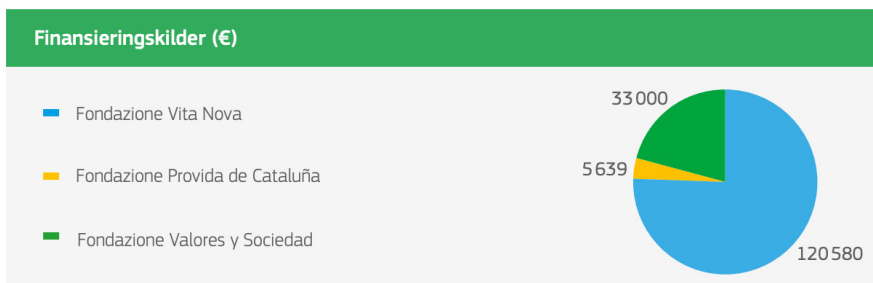
1

One of Us

One of Us, der blev registreret den 11. maj 2012, var et af de første europæiske borgerinitiativer, som det lykkedes at indsamle mindst 1 million underskrifter. Initiativet handlede om juridisk beskyttelse af ethvert menneskes værdighed, ret til livet og ukrænkelighed lige fra undfangelsen. Dets hovedformål var at sætte en stopper for EU's finansiering af aktiviteter, der indebærer ødelæggelse af menneskelige embryoner, især inden for forskning, udviklingsbistand og den offentlige sundhed.

One of Us er et eksempel på et vellykket initiativ, for hvilket initiativtagerne fremlagde et lovudkast, hvor der blev anmodet om tre lovgivningsmæssige ændringer. Desuden oprettede initiativtagerne en organisation med egen status som juridisk person, der var dedikeret til kampagnen i september 2013, "One of Us Federation".

Europa-Kommissionen besluttede ikke at foretage den ønskede revision af lovgivningen, da den anså denne for at være passende.



Succesfaktorer

- Officiel støtte fra Vatikanet
- Stærke nationale komitéer
- Kampagnens fokus på lande, hvor emnet var velkendt

2

One of Us-kampagnen

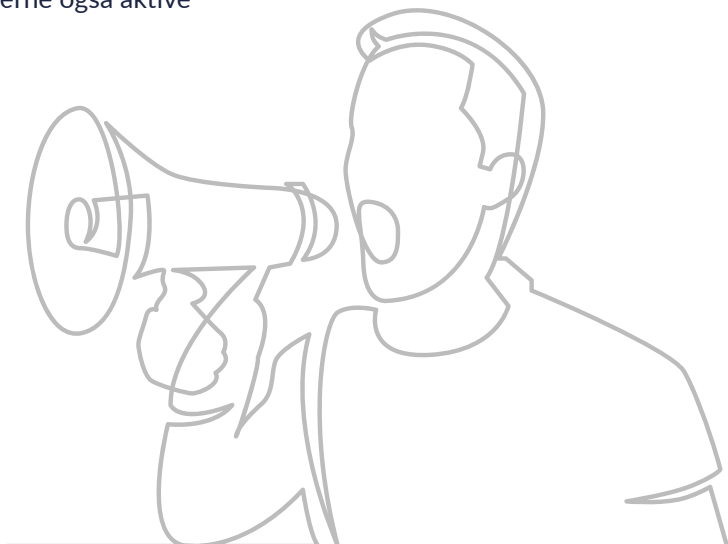
Forberedelse

NGO'er fra lande med en solid og veletableret abortmodstandsbevægelse (Frankrig, Tyskland, Polen, Spanien og Italien) begyndte med at kontakte abortmodstander-NGO'er i andre lande, der kunne styre kampagnen via nationale komitéer. Ved hjælp af bidrag fra partnerorganisationerne indsamlede de penge til den centrale koordination af initiativet i Bruxelles (til organisering af møder, betaling af rejseudgifter osv.). Dertil kom, at hver enkelt national komité indsamlede midler til sin egen nationale kampagne.

Implementering

Kampagnen blev iværksat umiddelbart efter registreringen. (Bemærk venligst, at du i dag har op til seks måneder mellem registreringen og starten på de 12 måneder til at indsamle underskrifter. Da "One of Us"-initiativet blev gennemført, var dette endnu ikke tilfældet). Kampagnens første fem måneder "blev primært brugt på at opbygge struktur til udvikling af kampagnen i de 28 EU-lande." Den effektive kampagne og indsamlingen af underskrifter blev først iværksat, efter at deres struktur var etableret. Underskrifterne blev derfor indsamlet i løbet af seks måneder.

Under kampagnen benyttede man en bred tilgang til anvendelsen af medier og onlineresourcer. For at øge bevidstheden og uddanne folk oprettede initiativtagerne en særlig hjemmeside og kontaktede de traditionelle medier (herunder ved at give interviews). Samtidig var initiativtagerne også aktive på Facebook og Twitter.



| Indsamling af underskrifter

Initiativtagerne blev enige om en overordnet kampagnestrategi, hvor de enkelte nationale komitéer gennemførte deres egne udgaver af kampagnen. De søgte f.eks. nationale ambassadører, der kunne slå til lyd for initiativet og opfordre folk til at underskrive støttetilkendegivelser.

Strategien havde følgende delmål:

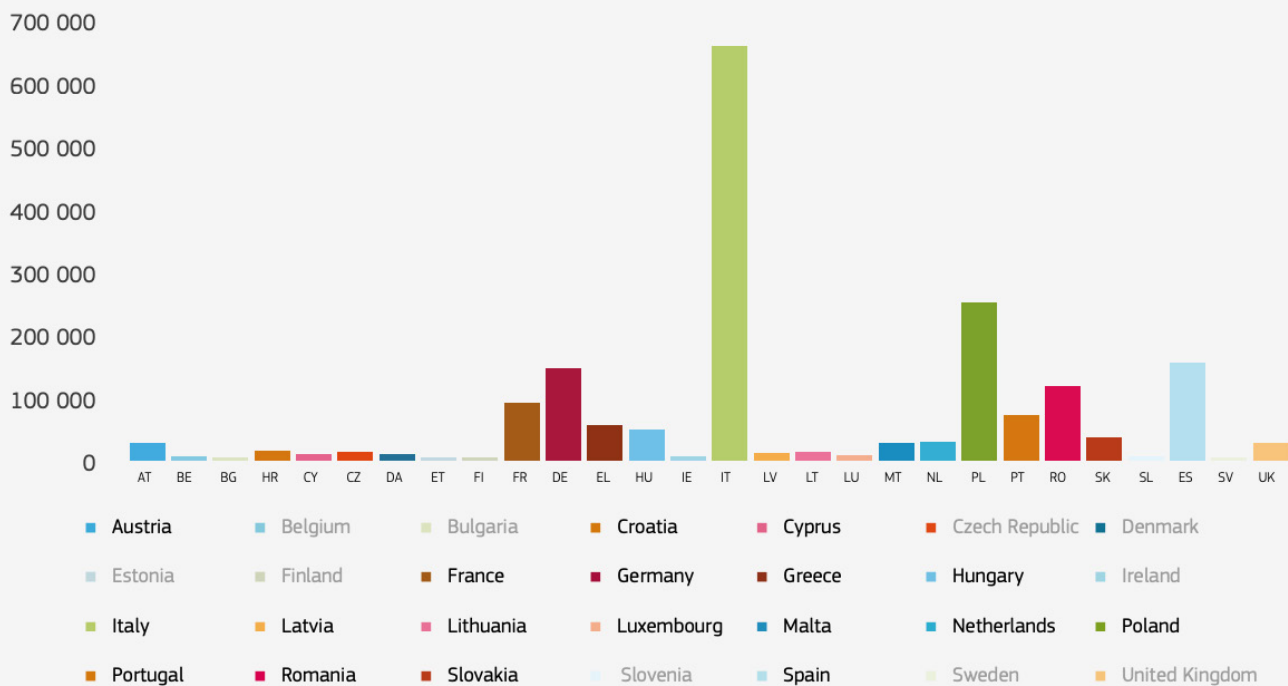
1. At opnå det krævede antal underskrifter i syv lande.
2. At indsamle 1 million underskrifter.
3. At indsamle 1,2 millioner underskrifter for det tilfælde, at nogle af dem ikke blev godkendt.
4. At indsamle 1,5 millioner underskrifter for at understøtte initiativets budskab.
5. At indsamle det størst mulige antal underskrifter fra det størst mulige antal lande.

En af de største udfordringer for initiativtagerne var de tekniske vanskeligheder, som var forbundet med at få onlineindsamlingssystemet op at stå. Her trådte Kommissionen imidlertid til og hjalp One of Us i opstartsfasen ved at tilbyde både hosting af initiativtagernes onlineindsamlingssystemer, ud over sine forpligtelser i henhold til forordningen, og teknisk bistand og uddannelse. Kommissionen accepterede desuden undtagelsesvist støttetilkendegivelser indsamlet indtil den 1. november 2013 (hvilket var en overskridelse af den officielle 12-måneders indsamlingsperiode) for alle borgerinitiativer, der var registreret inden den 31. oktober 2012.

Da indsamlingsperioden sluttede den 1. november 2013, var omkring 65 % af underskrifterne blevet indsamlet på papir af frivillige, og de resterende ca. 35 % var blevet indsamlet online.



Antal støtteklæringer (med fed: lande hvor grænsen blev nået)



| Kontrolproces og indsendelse af borgerinitiativet

Initiativet blev indgivet den 28. februar 2014 sammen med attester, der bekræftede de 1.721.626 støttetilkendegivelseres validitet.

3

The impact of the One of Us campaign

Virksomheden af One of Us-kampagnen

Initiativtagerne mødtes med kommissæren for forskning, innovation og videnskab og vicegeneraldirektøren for udvikling og samarbejde den 9. april 2014 (se [pressemeldelsen](#)). Initiativtagerne præsenterede deres borgerinitiativ ved en [offentlig høring](#) i Europa-Parlamentet den følgende dag.

I sin [meddelelse](#) af 28. maj 2014 (se [pressemeldelsen](#)) udtalte Kommissionen, at den ikke ville fremsætte et lovforslag, fordi den grundlæggende lovgivning kort tid forinden var blevet drøftet af EU-landene og Europa-Parlamentet, som havde tilsluttet sig den.

Der er mere information om opfølgning på [det europæiske borgerinitiativs hjemmeside](#).



| Opfølgning

initiativtagerne kommunikerede hovedsagelig kampagnens resultater ud til støtterne via e-mail. De "sendte komplette rapporter med de indsamlede underskrifter til alle kontakterne i de forskellige lande". Her var det hensigten, at ét lands succes skulle motivere andre. Når "de forskellige lande havde indsamlet det krævede minimum af underskrifter", udnyttede initiativtagerne det til at lægge pres på "de andre til at mobilisere deres nationale kampagner".

Det europæiske borgerinitiativ var blot udgangspunktet for et længerevarende samarbejde. I lyset af kampagnen grundlagte initiativtagerne "sammenslutningen One of Us, der fortsatte arbejdet på europæisk og nationalt plan." Dette eksempel viser, hvordan et europæisk borgerinitiativ ikke kun kan hjælpe folk med at blive hørt, men også til at finde ligesindede personer til at forfølge et fælles mål som led i en langsigtet strategi.

På trods af deres succes erklærer initiativtagerne, at de ville vælge en lidt anden tilgang, hvis de skulle gennemføre endnu en kampagne. Det vigtigste punkt, der skulle tages op, ville være den organisatoriske tilrettelæggelse af deres kampagne. Initiativtagerne ville udtænke "en solid struktur i de forskellige lande". Dette kunne give mere tid under kampagnen til at indsamle underskrifter, og det ville give mulighed for endnu bedre langsigtet planlægning.



Gode råd til fremtidige initiativtagere

- Send dine juridiske spørgsmål til helpdesken i forummet for det europæiske borgerinitiativ.
- Kommunikér! Opret horisontale og vertikale informationsstrømme inden for kampagnen.
- Motivation er altafgørende, så sørg for ugentligt at holde de nationale koordinatorene opdateret om underskriftindsamlingen
- for at bevare deres interesse.
- Hvis målet om at indsamle 1 million underskrifter virker for ambitiøst til at starte med, er det en god idé at opstille klare landespecifikke og EU-dækkende mål og frister og holde nøje øje med fremskridtene.
- Fokusér på de lande, hvor emnet for initiativet allerede er velkendt.
- Husk på, at den endelige beslutning om opfølgningen på et vellykket europæisk borgerinitiativ ligger hos Kommissionen.



Erfaringer

- Initiativtagerne var klar over, at selv om Kommissionen ikke var forpligtet til at foreslå ny lovgivning, «ville et vellykket borgerinitiativ skabe betydeligt politisk pres og debat i hele Europa».
- Skønt initiativet fik støtte fra både pave Benedikt XVI og pave Frans, «blev kampagnen negativt påvirket af den manglende dækning i medierne».
- Sidst, men ikke mindst, var kampagnen koncentreret om lande med stærke abortmodstandsbevægelser som Frankrig, Tyskland, Polen, Spanien og Italien. Der blev kun opnået få støttetilkendegivelser i de lande, hvor der manglede en solid national komité, og hvor der var meget begrænsede finansielle ressourcer.