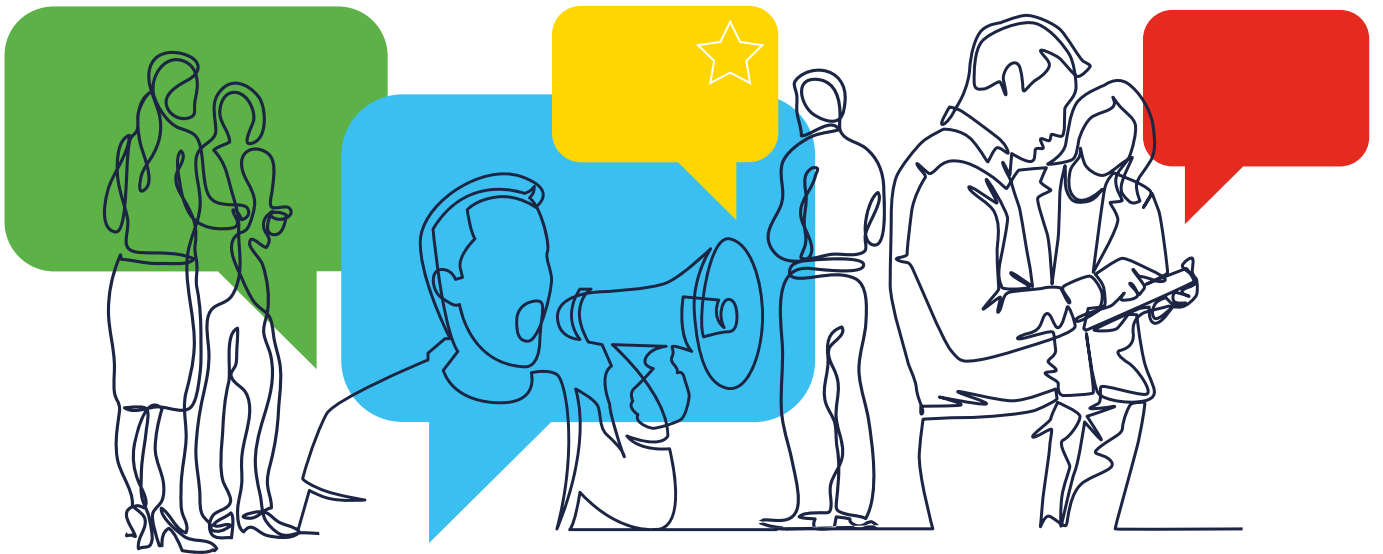


LYCKADE KAMPANJER



FORUMET FÖR DET EUROPEISKA MEDBORGARINITIATIVET

EN AV OSS



INSPIRATION – DISKUSSIONER – SAMARBETE – RÅDGIVNING

| INNEHÅLLSFÖRTECKNING

EN AV OSS

3

Kampanjen En av oss

4

Kampanjens genomslag

7

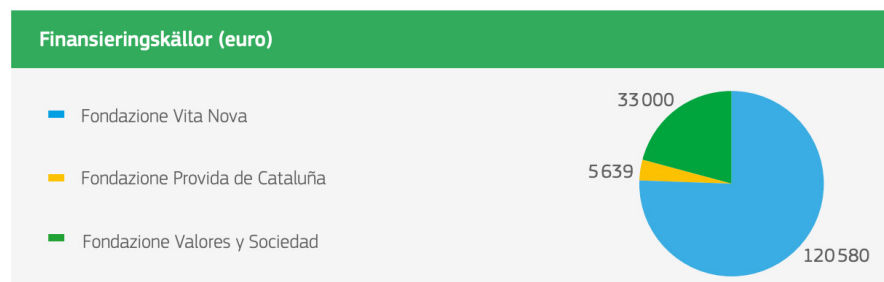


1 EN AV OSS

Initiativet En av oss registrerades den 11 maj 2012 och var ett av de första europeiska medborgarinitiativ som lyckades få minst en miljon underskrifter. Initiativet gällde rättsligt skydd för människans värdighet, rätt till liv och integritet från befruktningsoögonblicket. Det främsta målet var att stoppa EU-finansiering av verksamhet där man använder mänskliga embryon, bland annat inom forskning, folkhälsa och utvecklingsbistånd.

En av oss omfattar även ett utkast till rättsakt där man föreslår tre lagändringar. Dessutom inrättade organisatörerna i september 2013 en särskild organisation för sin kampanj: "One of Us federation".

EU-kommissionen har beslutat att inte göra någon översyn av lagstiftningen eftersom den anser att det redan finns ett lämpligt regelverk.



Framgångsfaktorer

- Offentligt stöd från Vatikanen
- Starka nationella kommittéer
- Kampanjen inriktades på länder där många kände till frågan

2

Kampanjen En av oss

Förberedelser

Icke-statliga organisationer från länder med en väletablerad abortmotståndsrörelse (Frankrike, Tyskland, Polen, Spanien och Italien) började kontakta organisationer i andra länder som kunde leda kampanjen via nationella kommittéer. De fick in pengar till initiativets centrala samordning i Bryssel (för bl.a. möten och resekostnader) tack vare bidrag från partnerorganisationerna. De nationella kommittéerna samlade dessutom in pengar till sina egna kampanjer.

Genomförande

Kampanjen startade direkt efter att initiativet hade registrerats. Enligt de nya reglerna har organisatörerna sex månader på sig att starta namnsamlingen efter att deras initiativ har registrerats, men så var det inte för initiativet En av oss. De första fem månaderna av kampanjen "ägnades främst åt att bygga upp en struktur för att driva kampanjen i de 28 EU-länderna". Sedan drog organisatörerna igång själva kampanjen och namnsamlingen. Det innebar att alla underskrifter samlades in på bara sex månader.

Kampanjen använde också flitigt medierna och resurser på nätet. För att upplysa allmänheten tog man fram en särskild webbplats, kontaktade traditionella medier och gav intervjuer. Organisatörerna var också aktiva på Facebook och Twitter.



| Namninsamling

Man enades om en allmän kampanjstrategi, men varje nationell kommitté fick driva sina egna kampanjer och hitta nationella ambassadörer för initiativet som kunde få folk att skriva på det.

Strategins delmål var att i tur och ordning

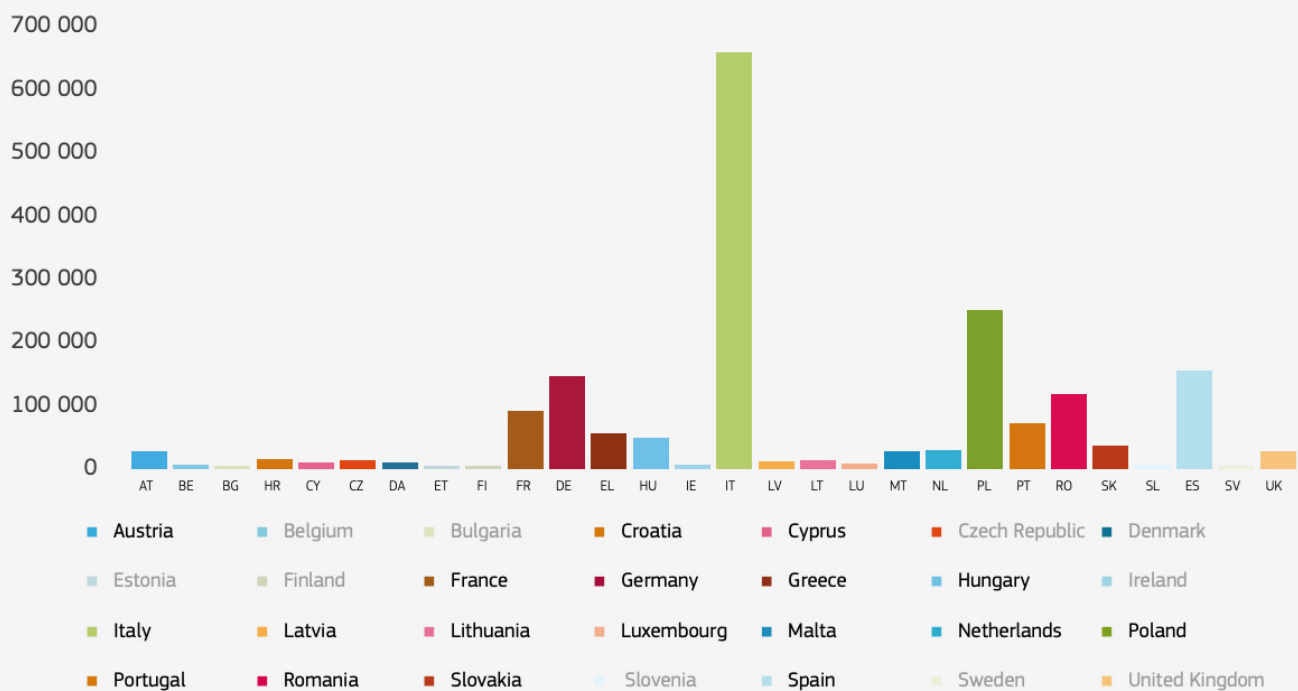
1. uppfylla kravet på ett minsta antal underskrifter i minst sju länder
2. samla in 1 miljon underskrifter
3. samla in 1,2 miljoner underskrifter i fall inte alla validerades
4. samla in 1,5 miljoner underskrifter för att stärka initiativets budskap
5. samla in så många underskrifter som möjligt från så många länder som möjligt.

En av de största utmaningarna för organisatörerna var de tekniska svårigheterna med att skapa ett namninsamlingssystem på nätet. När kommissionen fick reda på svårigheterna erbjöds organisatörerna en tillfällig servertjänst för namninsamlingssystemen samt tekniskt bistånd och utbildning. Dessutom förlängdes namninsamlingen undantagsvis till den 1 november 2013 (utöver de lagstadgade 12 månaderna) för alla initiativ som registrerats före den 31 oktober 2012.

Cirka 65 % av underskrifterna samlades in på papper av frivilligarbetare och 35 % på nätet.



Antal stödförklaringar (i fetstil de länder där tröskelvärdet uppnåddes)



| Kontroll och inlämning

Initiativet lämnades in den 28 februari 2014 tillsammans med intyg som bekräftade 1 721 626 underskrifter.

3

Kampanjens genomslag

Prövning och kommissionens beslut

Organisatörerna träffade EU:s kommissionär för forskning, innovation och vetenskap och biträdande generaldirektören för utveckling och samarbete den 9 april 2014 (se [pressmeddelandet](#)). Den 10 april presenterade organisatörerna initiativet vid en [offentlig utfrågning](#) i Europaparlamentet.

I sitt [meddelande](#) från den 28 maj 2014 (se [pressmeddelandet](#)) förklarade kommissionen att den inte tänkte lägga fram något lagförslag, eftersom EU-länderna och Europaparlamentet nyligen diskuterat och godkänt finansieringsramen.

Mer information om uppföljningsåtgärderna finns på [webbplatsen om det europeiska medborgarinitiativet](#).



| Uppföljning

Organisatorerna använde främst mejl för att informera sina anhängare om kampanjens resultat. De skickade rapporter om namnsamlingen till alla sina kontakter i de olika länderna. Tanken var ett framgång i ett land skulle sporra andra länder. När ett land hade samlat in det minsta antal underskrifter som krävdes, delade organisatorerna deras resultat för att "få de andra att mobilisera sina nationella kampanjer".

Medborgarinitiativet var bara startpunkten för ett mer långsiktigt samarbete, och organisatorerna bildade organisationen One of Us som fortsatte att arbeta på europeisk och nationell nivå. Det här exemplet visar hur ett europeiskt medborgarinitiativ inte bara kan hjälpa människor att göra sin röst hörd utan också att hitta likasinnade som vill arbeta för ett gemensamt mål i en långsiktig strategi.

Trots framgången uppger organisatorerna att de skulle ha valt en något annorlunda strategi i dag. Den viktigaste frågan är hur man organiserar kampanjen. Organisatorerna skulle överväga "en solid struktur i de olika länderna". Det skulle ge dem mer tid till själva namnsamlingen och underlätta den långsiktiga planeringen.



Tips och råd till andra organisatörer

- Skicka dina juridiska frågor till forumets helpdesk.
- Kommunicera! Skapa horisontella och vertikala informationsflöden inom kampanjens struktur.
- Motivation är avgörande, så uppdatera varje vecka de nationella samordnarna om hur namnsamlingen går för att uppmuntra dem.
- En miljon underskrifter kan verka omöjligt att nå. Sätt upp delmål och tidsfrister för de olika länderna och på EU-nivå, och följ utvecklingen noga.
- Inrikta kampanjen på länder där frågorna redan diskuteras livligt.
- Tänk på att det är EU-kommissionen som beslutar om hur ett medborgarinitiativ ska följas



Lärdomar

- Organisatorerna visste att kommissionen inte var skyldig att föreslå lagstiftning, men ansåg ändå att "ett lyckat initiativ leder till avsevärt politiskt tryck och till en debatt i hela Europa".
- Trots att initiativet fick stöd av de båda påvarna Benedictus XVI och Franciskus, "led kampanjen bakslag av bristande medierapportering".
- Sist men inte minst inriktades kampanjen på länder med etablerade abortmotståndarrörelser (t.ex. Frankrike, Tyskland, Polen, Spanien och Italien). Initiativet fick endast få underskrifter i de länder där de saknade en nationell kommitté och hade mycket begränsade ekonomiska resurser.