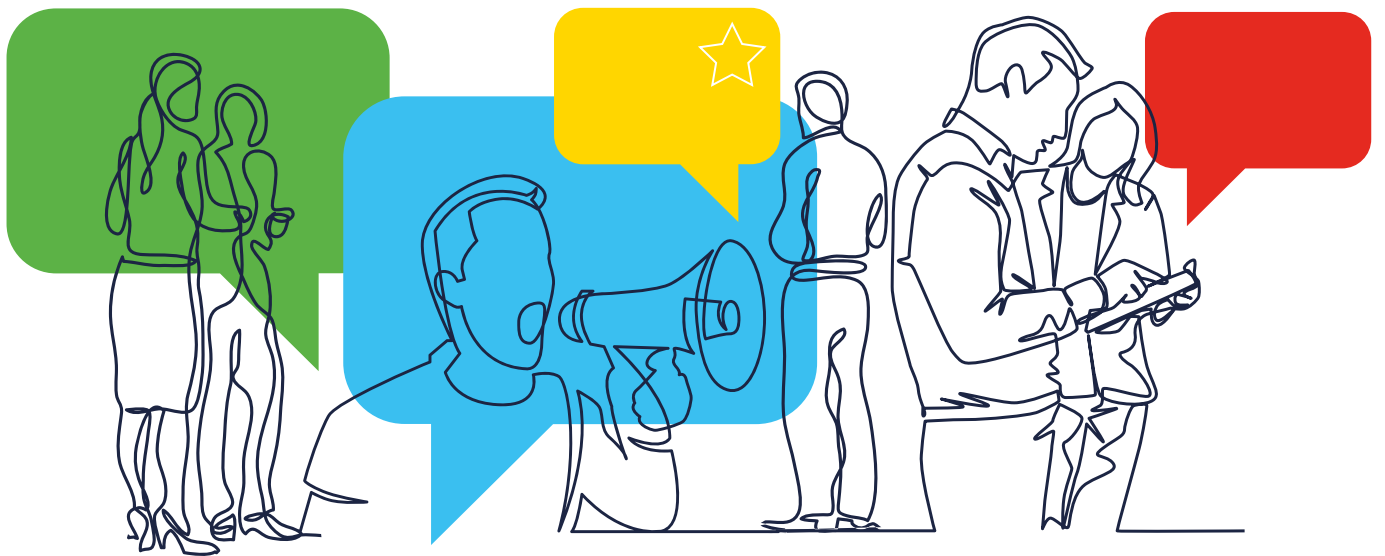




# FORUM ZUR EUROPÄISCHEN BÜRGERINITIATIVE

## VERBOT VON GLYPHOSAT



**MEHR ERFAHREN** – DISKUTIEREN – VERNETZEN – RAT SUCHEN

## | INHALT

|  |   |
|--|---|
| VERBOT VON GLYPHOSAT                             | 3 |
| „Verbot von Glyphosat“ – die Kampagne            | 4 |
| Was die Kampagne „Verbot von Glyphosat“ bewirkte | 7 |

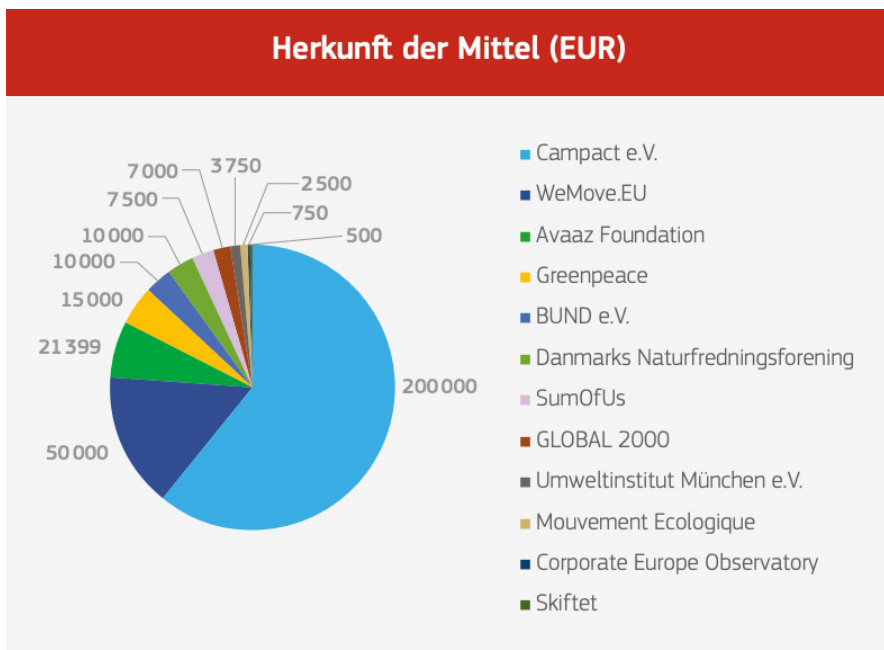


# 1

## VERBOT VON GLYPHOSAT

Die Initiative „Verbot von Glyphosat“ (vollständige Bezeichnung: „Verbot von Glyphosat und Schutz von Menschen und Umwelt vor giftigen Pestiziden“) wurde am 25. Januar 2017 ins Leben gerufen. Sie verfolgte drei Ziele: Verbot von Glyphosat, Reform des Genehmigungsverfahrens für Pestizide und Festlegung EU-weit verbindlicher Reduktionsziele für den Einsatz von Pestiziden.

Das Hauptziel war eine pestizidfreie Zukunft ohne Herbizide auf Glyphosat-Basis. Den Organisatoren zufolge fördert die Exposition gegenüber Herbiziden auf Glyphosat-Basis Krebs beim Menschen und schädigt die Ökosysteme.



### Erfolgsfaktoren

- Ab dem ersten Tag Millionen unterzeichnungswilliger Europäer/innen
- Keine Notwendigkeit zur Bildung neuer Bündnisse, sondern Mobilisierung eines bestehenden Netzwerks
- Solide Finanzierungsgrundlage

Die Organisatoren konnten eine Summe von 328 399 EUR aus verschiedenen Quellen (Campact, WeMove.EU und Greenpeace) aufbringen, wodurch die Initiative in puncto Finanzierung so erfolgreich war wie keine andere.

Die Kommission entschied sich gegen ein Glyphosat-Verbot, verpflichtete sich jedoch zur Durchführung der unten beschriebenen Maßnahmen.

## 2

# „Verbot von Glyphosat“ – die Kampagne

## Vorbereitung

Da die Partner der Initiative bereits 2015 gemeinsam eine öffentlichkeitswirksame Petition an die Europäische Kommission gerichtet hatten, war die „Einleitung einer Europäischen Bürgerinitiative der nächste logische Schritt“ zur Erreichung ihrer Ziele.

„Es war jedoch schwierig für ein so großes Bündnis, sich über die Ausgestaltung der Initiative zu einigen“. Einige Partner konzentrierten sich auf den Zusammenhang zwischen Glyphosat und Krebs, andere auf den Schutz der Biodiversität und wieder andere auf die Macht von Unternehmen. Es war ein hartes Stück Arbeit, alle Interessen unter einen Hut zu bringen, damit sich jeder in der Initiative wiederfand.

Es wurde ein Gremium zur Entscheidungsfindung („Organisationszirkel“) eingesetzt. Zehn Vertreter der wichtigsten Organisationen trafen sich jede Woche, um über die Verteilung der Mittel, die Kommunikationsstrategie, die Registrierung, den Entwurf der Initiative, ihren Anhang usw. zu sprechen.

Der zentrale Koordinator verfasste den ersten Entwurf und legte ihn den anderen Partnern zur Stellungnahme vor. Die Änderungsvorschläge wurden beim nächsten Treffen durchgesprochen und über mehrere Entwürfe in das Dokument integriert. Mit dem Anhang wurde ebenso verfahren.

Der „Organisationszirkel“ begann rund sechs Monate vor Beginn der Unterschriftensammlung mit der Kampagne. Von diesem Zeitpunkt an arbeiteten sie am Ausbau ihrer Strategie, Ressourcen und Kapazitäten. Festzuhalten ist, dass diese Gruppe bereits in anderen Kampagnen zusammengearbeitet hatte. Das Teambuilding beanspruchte dadurch weniger Zeit als bei den meisten anderen europäischen Bürgerinitiativen. Laut den Organisatoren reicht es jedoch nicht aus, sich ausschließlich auf das bestehende Netz zu verlassen.



## | Umsetzung

Die Organisatoren merkten an, dass „E-Mail das wichtigste Medium der Kampagne“ war. Da die Kampagne von einer Organisation geleitet wurde, die auch diverse andere Online-Kampagnen betreute, gab es hinsichtlich der regelmäßigen Kontaktaufnahme mit den Mitgliedern bereits eine gewisse Routine. Die Partner verfolgten eine ähnliche Strategie. Der Fokus der Organisatoren lag nicht auf „traditionellen Medien“. Vielmehr ermutigten sie die Partner, „die Inhalte in sozialen Netzwerken zu teilen“. E-Mails waren aber dennoch das wichtigste Instrument der Kampagne.

Kostenpflichtige Online-Kampagnen in den sozialen Medien wurden nicht durchgeführt. Nach Auffassung der Organisatoren ist dies allerdings immer wichtiger. Facebook-Werbung ist in den einzelnen Ländern unterschiedlich erfolgreich. In Ländern, in denen die Unterschriftensammlung einfacher ist als in anderen Ländern (z. B. wenn keine Online-ID erforderlich ist), führt ein beworbener Beitrag häufiger zu einer Unterschrift. Durch Facebook-Werbung kann man zudem leichter herausfinden, wie es zur Unterstützungsbekundung gekommen ist.

Die Organisatoren erstellten eine Liste der nationalen Partnerorganisationen, die zur Teilnahme an der Kampagne bereit waren. Sie „wurden einzeln überzeugt, die Unterschriftensammlung auf ihren Websites über ein eingebettetes Formular zu ermöglichen“. Die Kontakte wurden regelmäßig gepflegt.

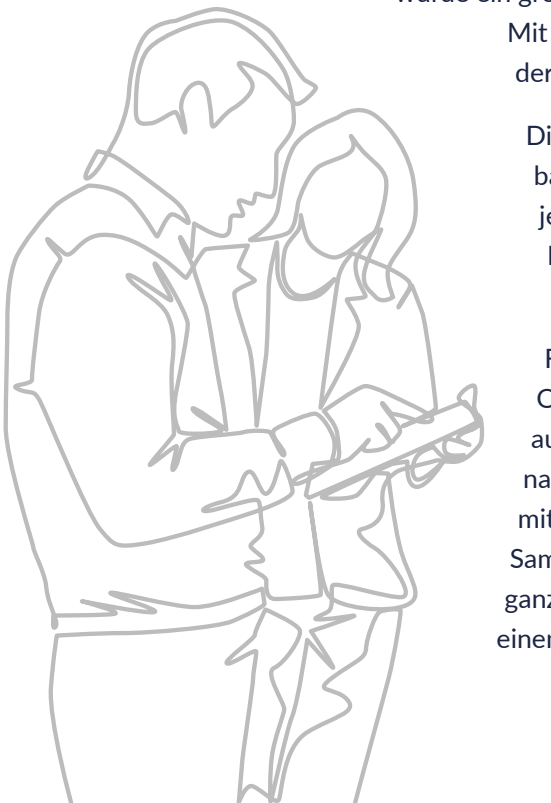
In der Tat war in der Anfangsphase der Kampagne eine EU-weite Bestandsaufnahme der Interessenträger wichtig. Unterschriften aus einem bestimmten Land können entscheidend sein, und die Einrichtung eines Netzes aus Organisationen und Influencern ist wichtig. Das sollte unbedingt berücksichtigt werden. Aus diesem Grund war diese Kampagne so erfolgreich: Der Fokus lag nicht nur auf den Partnern, sondern schon zu Beginn wurden neue Möglichkeiten erörtert.

Die Organisatoren fanden zudem, dass „eine für Suchmaschinen optimierte Website sehr wichtig ist“. Tatsächlich wurde ein großer Teil der Unterschriften (8-9 %) über die Website gesammelt.

Mit mehrsprachigen Websites kann eine große Zahl von Menschen in der jeweiligen Landessprache erreicht werden.

Die Organisatoren verfassten Pressemitteilungen auf Englisch und baten die Partnerorganisationen, sie in die Amtssprache ihres jeweiligen Landes zu übersetzen und Informationsmaterial und die Kontaktdaten der lokalen Organisatoren beizufügen.

Es wurden Berufsaktivisten in drei Ländern (Spanien, Italien und Frankreich) engagiert, in denen WeMove.EU, die koordinierende Organisation der Initiative, erfahrene Leute hatte. Sie erreichten auch andere EU-Länder, in denen die Initiative keinen Rückhalt durch nationale Verfechter hatte. WeMove.EU organisierte gemeinsam mit Campact und GLOBAL2000 einen „Offline-Unterschriften-Sammeltag“. Sie verschickten 5 000 Sammelpakete an Unterstützer in ganz Europa und erhielten auf diese Weise 100 000 Unterschriften an einem einzigen Wochenende.



## | Unterschriftensammlung

Für die Online-Sammlung verwendeten sie die online verfügbare Software OpenECI, die bereits andere Initiativen genutzt hatten. Neben dem Formular für die Unterschrift bot diese Software die Möglichkeit zur direkten Erfassung der Kontaktdaten der Unterstützer. Das Sammel-Formular konnte außerdem in jede beliebige Website eingebettet werden.

Obwohl der Sammel-Zeitraum offiziell bis zum 25. Januar 2018 lief, beendeten die Organisatoren die Aktion frühzeitig am 2. Juli 2017, da sie innerhalb von fünf Monaten bereits eine Million Unterschriften gesammelt hatten. Sie waren sehr daran interessiert, ihre Unterschriften schnell verifizieren zu lassen, „damit die Initiative noch vor der Entscheidung der Kommission über eine Verlängerung der Glyphosat-Zulassung eingereicht werden konnte“.

!

## WICHTIG:

Ab dem 1. Januar 2023 können die Organisatoren nur noch das zentrale Online-Sammelsystem nutzen.



## | Prüfung und Einreichung

Obwohl die Verifizierung der Unterschriften in einigen Ländern mehr Zeit in Anspruch nahm als in anderen, wurde die Initiative am 6. Oktober 2017 mit den nötigen Bescheinigungen für 1 070 865 gültige Unterstützungsbekundungen eingereicht.

# 3

## Was die Kampagne „Verbot von Glyphosat“ bewirkte

### Überprüfung und Beschluss der Kommission

Die Organisatoren trafen die Kommission, vertreten durch den Ersten Vizepräsidenten Timmermans, Kommissar Andriukaitis und hochrangige Beamte der zuständigen Dienststellen, am 23. Oktober 2017 ([Pressemitteilung](#)). Am 20. November stellten die Organisatoren ihre Initiative in einer [öffentlichen Anhörung](#) dem Europäischen Parlament vor.

Sie wählten die „sachkundigsten Personen“ für das Treffen mit der Kommission aus. Dieselbe Strategie verfolgten sie bei der öffentlichen Anhörung. Sie trafen sich kurz vorher, um festzulegen, welche Punkte sie besonders hervorheben wollten. Viele Mitglieder des Europäischen Parlaments waren „extrem unterstützend“.

In ihrer [Mitteilung](#) vom 12. Dezember 2017 ([Pressemitteilung](#)) zog die Kommission folgende Schlussfolgerungen:

- Das Verbot von Glyphosat ist weder wissenschaftlich noch rechtlich gerechtfertigt.
- Die Kommission wird einen Legislativvorschlag vorlegen, um die Transparenz bei der Bewertung von Pestiziden zu erhöhen und die Qualität und Unabhängigkeit wissenschaftlicher Studien, auf die sich die Bewertungen der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) stützen, zu verbessern.
- Die Umsetzung der Richtlinie über die nachhaltige Verwendung wird überprüft.

Über Folgemaßnahmen können Sie sich auf dem [Portal zur Europäischen Bürgerinitiative](#) informieren.



## | Das ist seitdem passiert

- Sowohl die Organisationen als auch einzelne Unterstützer wurden per E-Mail über die Ergebnisse der Kampagne informiert.
- Die Organisationen blieben aktiv – auch nach der Europäischen Bürgerinitiative. Gemeinsam versuchte man, auf Ebene der europäischen Gesetzgebung zu einem verwandten Thema (allgemeines Lebensmittelrecht) etwas zu bewegen. Nachdem das Gesetz verabschiedet wurde, nahm die Tätigkeit ab. Dennoch sind die Organisatoren bei Fragen zu von ihnen behandelten Themen mit ihren Unterstützern weiterhin per E-Mail in Kontakt.
- Einzelne Unterstützer sind auch nach der Europäischen Bürgerinitiative noch wichtig für die Kampagne. Die Organisatoren erklärten, dass „einzelne Unterstützer auch später noch etwas bewegen konnten“, insbesondere als es im Europäischen Parlament um das allgemeine Lebensmittelrecht ging.



## Tipps und Tricks für künftige Organisatoren

- Bauen Sie vor dem Einreichen der Initiative ein Online-Netzwerk aus hunderttausenden Menschen auf, auf das Sie für die Unterschriftensammlung zählen können. Die Zeit vergeht schnell!
- Ohne diesen Rückhalt müssen Sie „von Hand“ rund 3 000 neue Unterschriften pro Tag sammeln – und das ein Jahr lang jeden Tag!
- Sorgen Sie dafür, dass Sie direkt am Anfang eine große Gruppe von Mitstreitern haben, die Sie für die Sammlung der Unterschriften aktivieren können, sobald die Initiative registriert ist.
- Die Finanzierung stammte hauptsächlich von starken Partnerorganisationen, die die Initiative unterstützten. Mobilisieren Sie Partnerorganisationen zu Spendenaufrufen, mit denen sie ihre Kampagne finanzieren können.
- Verfolgen Sie aufmerksam die Erreichung der Ziele für die Unterschriftensammlung in den einzelnen Ländern!
- E-Mail-Kommunikation ist für eine Kampagne sehr wichtig.



## Gewonnene Erkenntnisse

- „Die Europäische Bürgerinitiative mag ein geeignetes Mittel sein, wenn die Europäische Kommission die Ziele der Initiative mehr oder weniger unterstützt. Eine erfolgreiche Initiative wird die Kommission jedoch nicht dazu bringen, etwas zu tun, was sie nicht möchte oder wozu sie nicht in der Lage ist“. Nach Auffassung der Organisatoren kann sie aber stets als „Instrument zur Agendaplanung auf europäischer Ebene“ genutzt werden.
- Die Initiative war insofern erfolgreich, als eine Million Unterschriften gesammelt wurden, ein Treffen der Organisatoren mit der Kommission und eine öffentliche Anhörung im Europäischen Parlament stattfanden, die Kommission darauf reagierte und mehrere Folgemaßnahmen ins Auge fasste. Nach Auffassung der Organisatoren war die Initiative jedoch erfolglos, weil ihre Ziele nicht erreicht wurden.
- Die Organisatoren erklärten, dass der Zeitpunkt entscheidend sei, wenn man in einem Gesetzgebungsverfahren etwas bewegen möchte. Dadurch könnte letztlich eine größere Wirkung erzielt werden.