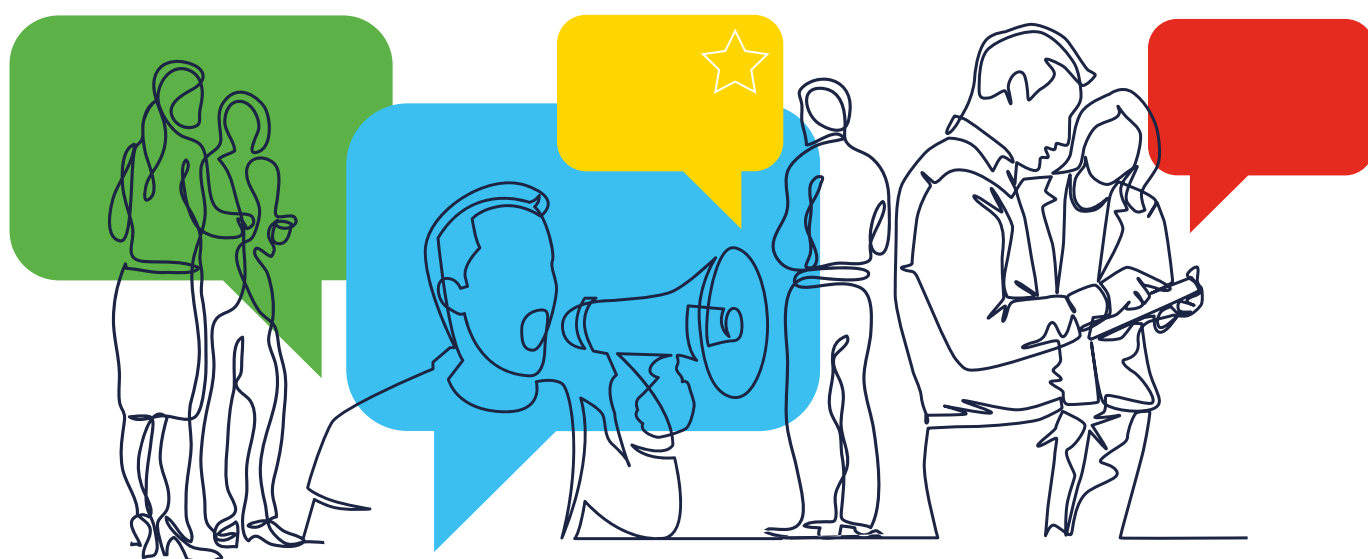




FORUM VOOR HET EUROPEES BURGERINITIATIEF

END THE CAGE AGE



INFO – MEEPRATEN – CONTACTEN – ADVIES

| INHOUD

„End the Cage Age“	3
Campagne „End the Cage Age“	5
De impact van de campagne „End the Cage Age“	11



1

„End the Cage Age“

Het Europees burgerinitiatief End the Cage Age werd formeel geregistreerd op 11 september 2018. De initiatiefnemers wilden de Europese Commissie oproepen tot een EU-breed verbod op kooien in de dierenhouderij. In de EU worden meer dan 300 miljoen landbouwhuisdieren het grootste deel van hun leven in kooien gehouden. Kooien zijn wreed en onnodig, want systemen zonder kooien bestaan en zijn commercieel levensvatbaar.

Het initiatief draaide om een oproep aan de Commissie om een wettelijk verbod voor te stellen op het gebruik van:

- kooien voor konijnen, jonge hennen, leghenouderdieren, vleeskuikenouderdieren, kwartels, eenden en ganzen;
- kraamhokken voor zeugen;
- zeugboxen, voor zover nog niet verboden,
- individuele kalverboxen, voor zover nog niet verboden.

Uiteindelijk haalde “End the Cage Age” bijna 1,4 miljoen gecontroleerde handtekeningen op en bereikte de drempel in 18 EU-landen. Daarmee werd “End the Cage Age” het zesde initiatief dat erin slaagde om ruim het minimumaantal van één miljoen steunbetuigingen te halen.

Nadat zij het initiatief op 2 oktober 2020 hadden ingediend, kregen de organisatoren een formele ontmoeting met Věra Jourová, commissaris voor Waarden en Transparantie en vicevoorzitter van de Europese Commissie, en Stella Kyriakides, commissaris voor Gezondheid en Voedselveiligheid. Later mochten zij het initiatief presenteren tijdens een openbare hoorzitting in het Europees Parlement (op 15 april 2021). Tijdens een plenaire vergadering op 10 juni 2021 spraken de leden van het Europees Parlement zich uit voor een geleidelijk verbod op kooien in de dierenhouderij en namen zij daarover met 558 stemmen voor, 37 tegen en 85 onthoudingen een resolutie aan.

Op 30 juni 2021 heeft de Europese Commissie haar mededeling over dit initiatief goedgekeurd. Daarin doet zij concrete voorstellen, bijvoorbeeld om: uiterlijk eind 2023 een voorstel te doen voor wetgeving waarbij het gebruik van kooisystemen voor alle in het initiatief genoemde dieren uitgefaseerd en op termijn verboden wordt. Ook



streeft ze naar specifieke ondersteunende maatregelen op belangrijke gerelateerde beleidsterreinen, zoals handel en onderzoek en innovatie. Omdat een verbod op kooien betekent dat de huidige landbouwsystemen zullen moeten veranderen, zal de Commissie voor eind 2022 een effectbeoordeling maken en daarin niet alleen rekening houden met de voordelen voor het dierenwelzijn, maar ook met de sociaal-economische en milieugevolgen van maatregelen. De Commissie zal nagaan of het haalbaar is om de voorgestelde wetgeving vanaf 2027 in werking te laten treden.



Succesfactoren:

- Duidelijke communicatie over de noodzaak van verandering. Burgers begrijpen dat kooien in de 21e eeuw niet meer op zijn plaats zijn.
- Duidelijke eisen. Het initiatief was helemaal gericht op kooien omdat zij enorm veel dierenleed veroorzaken. "End the Cage Age" had één duidelijke eis voor alle soorten landbouwhuisdieren.
- Sterke samenwerking met andere actoren die de zaak steunen. Dit initiatief werd mogelijk gemaakt door contacten met meer dan 170 organisaties in heel Europa. Zij deelden hun kennis, ervaring en middelen en maakten het initiatief sterker.



2

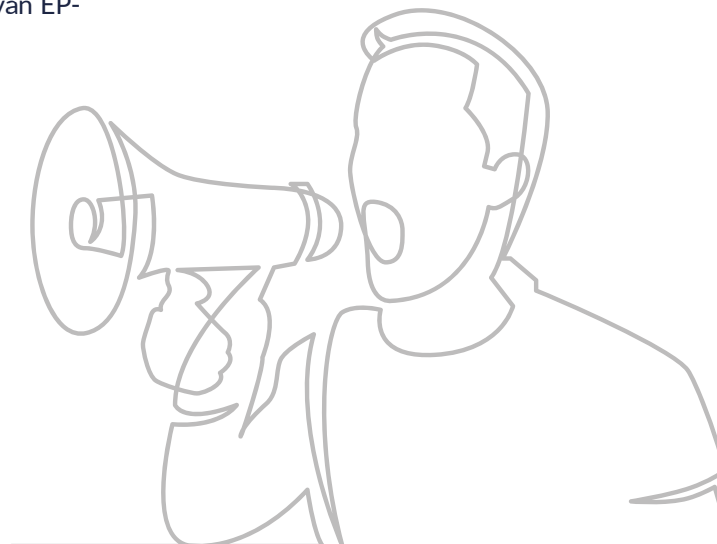
Campagne „End the Cage Age“

Vorbereiding

De organisatoren van het initiatief “End the Cage Age” hebben veel ervaring met het bevorderen van dierenwelzijn en het aankaarten van problemen in de intensieve veehouderij. Snel na de inwerkingtreding van de verordening over Europese burgerinitiatieven hadden ze al een initiatief geregistreerd dat pleitte voor een Europese richtlijn over het welzijn van melkkoeien. Maar dat initiatief trokken ze al snel in vanwege vertraging in verband met de software om handtekeningen te verzamelen. Door die eerste ervaringen met de procedure voor een Europees burgerinitiatief was het team wel tot het besef gekomen wat zo'n initiatief kon betekenen. In de wetenschap dat er overal in de EU veel organisaties opkomen voor dierenrechten, en dat steeds meer mensen willen dat landbouwdieren goed worden behandeld, beseften de organisatoren dat zij zo veel mogelijk steun moesten verzamelen om hun kansen op nieuwe wetgeving te vergroten. Een Europees burgerinitiatief bleek het geschikte instrument om deze doelstelling te bereiken.

Een **zorgvuldige planning** was uiterst belangrijk en het opstellen van het initiatiefvoorstel vergde veel werk. De voorbereidingen begonnen al een jaar van tevoren met het formuleren van de eisen, het plannen van de campagne en de communicatietools. Tegelijkertijd gingen de organisatoren op zoek naar partners om de campagne te ondersteunen en uiteindelijk werkten meer dan 170 organisaties uit de hele Europese Unie mee. Ze werkten ook samen met de interfractiewerkgroep dierenwelzijn van het Europees Parlement en hielpen een nieuwe specifieke subgroep van EP-leden op te richten voor het uitbannen van kooien.

De organisatoren zorgden ook voor **genoeg financiële steun, haalbare backupplannen en voldoende capaciteit** om door te gaan. Het was ook belangrijk om na te gaan wat deze campagne de Europese burgers en de Commissie wilde vertellen over de toekomst van de landbouw. Daarvoor vroegen de organisatoren burgers naar hun ideeën voor het initiatief: “We hebben onze ideeën samen met hen vormgegeven. Het kwam niet alleen van os, we hebben veel van hen geleerd.” Na rijp beraad werd besloten om de kooi, een van de meest elementaire symbolen van intensieve veehouderij, bij het initiatief centraal te stellen. De boodschap van het initiatief was geworteld in de



bestaande, maar we wilden ons richten op de toekomst, met voorstellen voor haalbare alternatieven en positieve elementen.

Een **goed voorbereide en efficiënte communicatiestrategie** was van vitaal belang voor de organisatoren. Het was belangrijk om de verschillende doelgroepen te definiëren en te begrijpen, of het nu om beleidsmakers, het grote publiek of de media ging. De stijl van de campagneboodschap werd aangepast om altijd de taal van de beoogde doelgroep te spreken.

Ook cruciaal in de communicatiestrategie van “End the Cage Age” was de **zichtbaarheid online**. De organisatoren hebben een website opgezet voor zichzelf en voor diverse partners. Het is ook belangrijk om materiaal te maken waarmee je online en via sociale media bekendheid kunt geven aan het initiatief. Volgens de organisatoren waren betaalde socialemediacampagnes nuttig, maar niet doorslaggevend voor het succes van de campagne. Bovenop de uitgebreide aandacht online, liet de campagne ook folders drukken in verschillende talen, die ze wijd verspreidde (meer daarover in het [webinar](#): “End the Cage Age” waarin organisator Olga Kikou haar adviezen over onlinecampagnes deelt).

Bij de voorbereiding van hun campagnestrategie kozen de organisatoren **mijlpalen en duidelijke streefcijfers** qua handtekeningen per lidstaat. Ze stelden ook een duidelijke agenda op met hun taken voor elke maand van de campagne en voor de periode na de inzameling.

Van doorslaggevend belang voor het succes van de campagne was dat **alle voorbereidingen en plannen al vóór de registratie van het initiatief klaar** waren (volgens de nieuwe regels voor het Europees burgerinitiatief hebben organisatoren zes maanden de tijd tussen de registratie en het begin van de twaalf maanden om handtekeningen in te zamelen. Toen het initiatief “End the Cage Age” werd gelanceerd, was dat nog niet zo).



| Uitvoering

Voor de campagne achter “End the Cage Age” gebeurde er vaak veel **tegelijkertijd op verschillende niveaus**. De organisatoren gaven onderzoeksbeelden vrij uit bedrijven waar kooien werden gebruikt om het publiek bewust te maken en te wijzen op de omstandigheden waarin veel landbouwdieren moeten leven. Tegelijkertijd werkten zij samen met beleidsmakers van de EU-instellingen en diverse stakeholders zoals wetenschappers, bedrijven en organisaties die campagne voeren over milieu, gezondheid en landbouw. Ook waren ze actief op sociale media en probeerden ze elke maand een constant aantal steunbetuigingen te verzamelen, desnoods met creatieve back-upplannen wanneer de belangstelling verminderde.

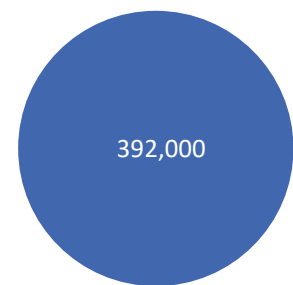
Ook de **rol van partnerorganisaties** was van essentieel belang. Voor de organisatoren was dit van essentieel belang om ervoor te zorgen dat de partners zich bij de zaak betrokken voelden en dat ze zich dit initiatief net zo eigen maakten als de organisatoren. De organisatoren ondersteunden het netwerk door materiaal te maken en te delen dat de partners naar eigen behoefte en capaciteit mochten gebruiken. Met nieuwbrieven, updates per mail en onlinegesprekken bleven de organisatoren in contact met de partners in het netwerk en zorgden ze continue voor een vlekkeloze communicatie. Veel partners organiseerden ook hun eigen evenementen en speelden een prominente en actieve rol op sociale media, gericht op hun eigen netwerken, waarbij ze de informatie en het promotiemateriaal vertaalden en lokaliseerden.

Vanaf het begin mikte de campagne “End the Cage Age” op **handtekeningen uit alle EU-landen**, niet uit een paar landen in het bijzonder. De organisatoren slaagden erin veel handtekeningen te verzamelen in landen waar zij kantoren of medewerkers hadden, maar ook in landen waar alleen partners uit hun netwerk vertegenwoordigd waren. In de eerste fase van de campagne speelden de lanceringsevenementen een belangrijke rol. Die evenementen werden in verschillende EU-lidstaten op nationaal niveau met lokale partners georganiseerd, maar ook in het Europees Parlement.

Een Europees burgerinitiatief is van nature internationaal, daarom zijn een actieve aanwezigheid in verschillende landen en de inzet van vrijwilligers cruciaal voor de campagne.

Tijdens de campagne hebben **verschillende internationale beroemdheden** zoals acteurs Pamela Anderson en Ricky Gervais de campagne openlijk gesteund, en dat leverde veel handtekeningen op. Ook lokale beroemdheden speelden ook een belangrijke rol, omdat de mensen zich daarin konden herkennen. De steun van die bekende mensen was van onschatbare waarde, vooral omdat hun deelname en steun vaak een multiplicatoreffect heeft.

Financieringsbronnen (€)



■ Compassion in World Farming

| Verzamelen van steunbetuigingen

Traditionele campagnes blijven belangrijk en rechtstreeks mensen aanspreken is essentieel, maar de organisatoren beseften ook dat de meeste handtekeningen online te halen zijn, niet op papier.

Het aantal steunbetuigingen kreeg bij het begin van de campagne een grote impuls, omdat veel burgers het initiatief meteen ondertekenden. Maar na een paar maanden zagen de organisatoren de belangstelling afnemen en moesten ze creatieve manieren vinden om het aantal handtekeningen op te drijven.

“End the Cage Age” maakte gebruik van OpenECI, software om online handtekeningen te verzamelen die eerder al door diverse initiatieven was gebruikt. Zij kozen er vooral voor omdat het flexibel is voor de gebruikers en de mogelijkheid biedt om contactgegevens te verzamelen (als mensen daarmee instemmen) zodat ze mensen achteraf op de hoogte kunnen houden.

Bekijk ook de [tips & tricks voor het verzamelen van handtekeningen](#) van Olga Kikou, organisator van “End the Cage Age”.



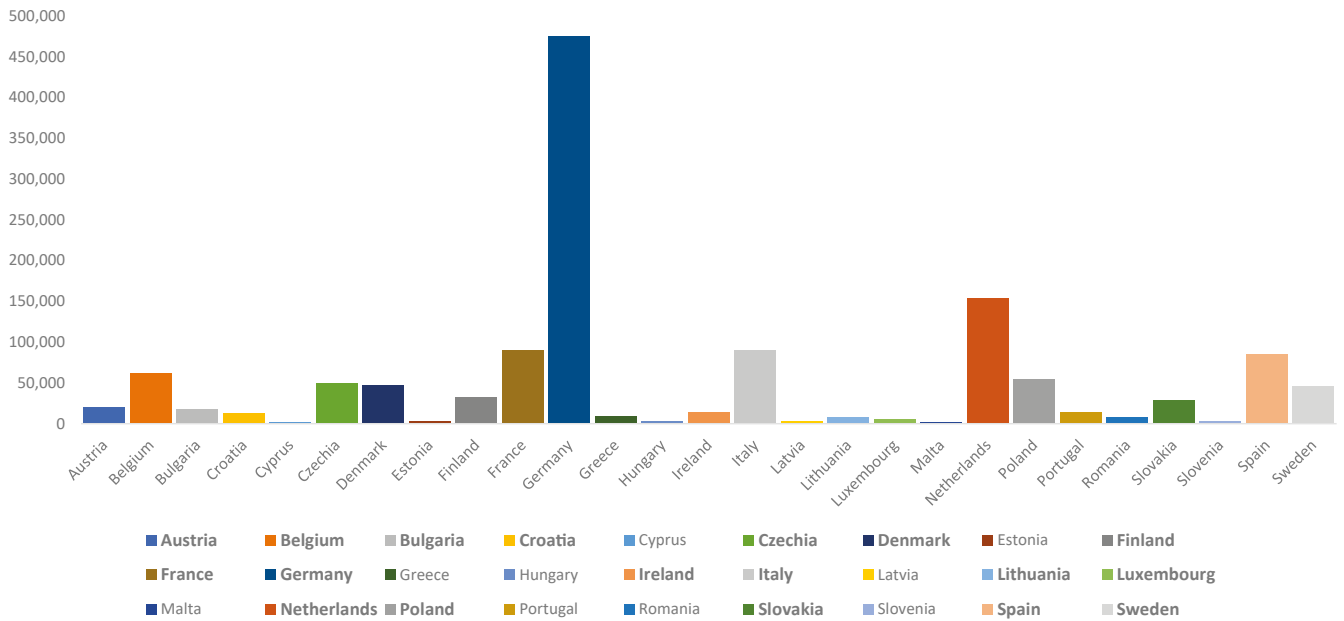
LET OP:

Vanaf 1 januari 2023 mogen organisatoren alleen nog maar handtekeningen ophalen via het centrale online verzamelsysteem van de Europese Commissie. Dat heeft veel voordelen, onder meer:

- **minimale voorbereiding** (kant-en-klaaroplossing)
- **gratis**
- **geen goedkeuring nodig** (het systeem beschikt al over de vereiste technische en veiligheidskenmerken, u hoeft alleen maar een overeenkomst met de Commissie te tekenen)
- **snel op te zetten** (pas tien dagen vóór u met inzamelen begint, hoeft u de Commissie op de hoogte stellen via organisatoraccount)
- in sommige landen kunnen ondertekenaars zich **elektronisch identificeren**
- **volledig toegankelijk**, ook voor mensen met een beperking
- geschikt om **ook e-mailadressen** van ondertekenaars te verzamelen (om hen op de hoogte te kunnen houden)

Aantal steunbetuigingen

(vetgedrukte landen geven aan waar de drempelwaarde is bereikt)



| Verificatie en indiening

In totaal werden in de loop van een jaar in 28 EU-lidstaten 1.397.113 gecontroleerde handtekeningen verzameld en op 2 oktober 2020 werden die ingediend.

De organisatoren noemden de fase na het inzamelen minstens even belangrijk als het inzamelen van de handtekeningen zelf. Ze namen contact op met bevoegde instanties in de lidstaten en zorgden ervoor dat iedereen op tijd de nodige verklaringen kreeg. Dit bleek nog een gecompliceerd proces te zijn waarbij ze geprinte verklaringen per land moesten verzamelen en sorteren, contact moesten opnemen met ambtenaren in de landen en attent moesten blijven om op tijd een reactie te krijgen. Een extra uitdaging tijdens deze periode was het feit dat ze hun ontmoeting met de Europese Commissie en de openbare hoorzitting in het Europees Parlement moesten voorbereiden, een tijdrovende klus. Tot slot was het ook belangrijk dat ze tijdens de indieningsperiode **de campagne levend, en de belangstelling onder de bevolking hoog** hielden.

Meer informatie over de verschillende fasen van de organisatie van een Europees burgerinitiatief in een speciaal [webinar](#). Olga Kikou van “End the Cage Age” vertelt over haar ervaringen als organisator van een succesvol initiatief in de verschillende fasen.



3

De impact van de campagne „End the Cage Age“

Onderzoek en besluit van de Commissie

Op 30 oktober 2020 mochten de organisatoren overleggen met Věra Jourová, commissaris voor Waarden en Transparantie en vicevoorzitter van de Europese Commissie, en Stella Kyriakides, commissaris voor Gezondheid en Voedselveiligheid. Lees het [persbericht](#).

Op 15 april 2021 organiseerde de commissie landbouw en plattelandsontwikkeling van het Europees Parlement, samen met de commissie verzoekschriften, een openbare hoorzitting over het initiatief. Tijdens die hoorzitting kreeg “End the Cage Age” brede steun van europarlementariërs van links tot rechts, en enkele positieve opmerkingen van de commissarissen. Lees het [persbericht](#).

In de plenaire vergadering van het EP op 10 juni 2021 werden de leden het erover eens dat er EU-wetgeving nodig is en verzochten zij de Commissie om wetsvoorstellen voor een geleidelijk verbod op kooien voor landbouwdieren in de EU tegen 2027, na een passende overgangperiode en een gedegen wetenschappelijke effectbeoordeling. Ze hebben een [resolutie](#) aangenomen met 558 stemmen vóór, 37 tegen en twee onthoudingen. De leden van het EP benadrukten verder dat er alternatieven voor kooien bestaan die in diverse EU-landen al met succes worden toegepast. Die alternatieve systemen moeten verder worden verbeterd en aangemoedigd op het niveau van de lidstaten, en EU-wetgeving moet zorgen voor een gelijk speelveld voor boeren in de hele Europese Unie. Lees het [persbericht](#).

Na het debat in het Europees Parlement presenteerde de Commissie op 30 juni 2021 haar officiële antwoord in de vorm van een mededeling. Lees het [persbericht](#). In haar reactie op “End the Cage Age” verbindt de Commissie zich ertoe uiterlijk eind 2023 een voorstel te doen voor wetgeving waarbij het gebruik van kooisystemen voor alle in het initiatief genoemde dieren uitgefaseerd en op termijn verboden wordt. Parallel aan de wetgeving en om een evenwichtige en economisch levensvatbare overgang naar kooivrije landbouw te vergemakkelijken, zal de Commissie streven naar specifieke ondersteunende maatregelen op belangrijke gerelateerde beleidsterreinen, zoals handel en onderzoek en innovatie. Omdat een verbod op kooien



betekent dat de huidige landbouwsystemen zullen moeten veranderen, zal de Commissie voor eind 2022 een effectbeoordeling maken en daarin ook rekening houden met de sociaal-economische en milieugevolgen van maatregelen. De Commissie zal nagaan of het haalbaar is om de voorgestelde wetgeving vanaf 2027 in werking te laten treden.

| Follow-up

Naast de formele impact van “End the Cage Age” moet ook de impact van het initiatief op het Europees Parlement bekeken worden. De organisatoren werkten met name actief samen met de interfractiewerkgroep dierenwelzijn van het Europees Parlement en hielpen een nieuwe specifieke subgroep van EP-leden op te richten voor het uitbannen van kooien.



Tips voor toekomstige organisatoren

- Begin niet zonder een goede voorbereiding, denk niet dat het makkelijk wordt. Een goed idee is niet genoeg.
- Bouw een sterk netwerk uit van vrijwilligers en partnerorganisaties die de campagne kunnen steunen.
- Planning en samenwerking zijn van cruciaal belang. Er zullen veel problemen opduiken, vóór, tijdens en na de inzamelingsfase.
- Praat met anderen die al een Europees burgerinitiatief zijn begonnen, en met partijen die zich al werken aan het probleem dat u wilt oplossen. Een Europees burgerinitiatief werkt alleen als iedereen samenwerkt! Doe uw huiswerk en leer zoveel mogelijk van organisatoren van andere initiatieven.
- Het proces is niet afgelopen op de laatste dag van de inzamelingstermijn. Een vergadering met de Europese Commissie en een hoorzitting in het Europees Parlement voorbereiden kost erg veel tijd. Het is ook belangrijk dat u de campagne levend houdt. De kwestie mag op dat moment de belangstelling van het publiek niet verliezen.