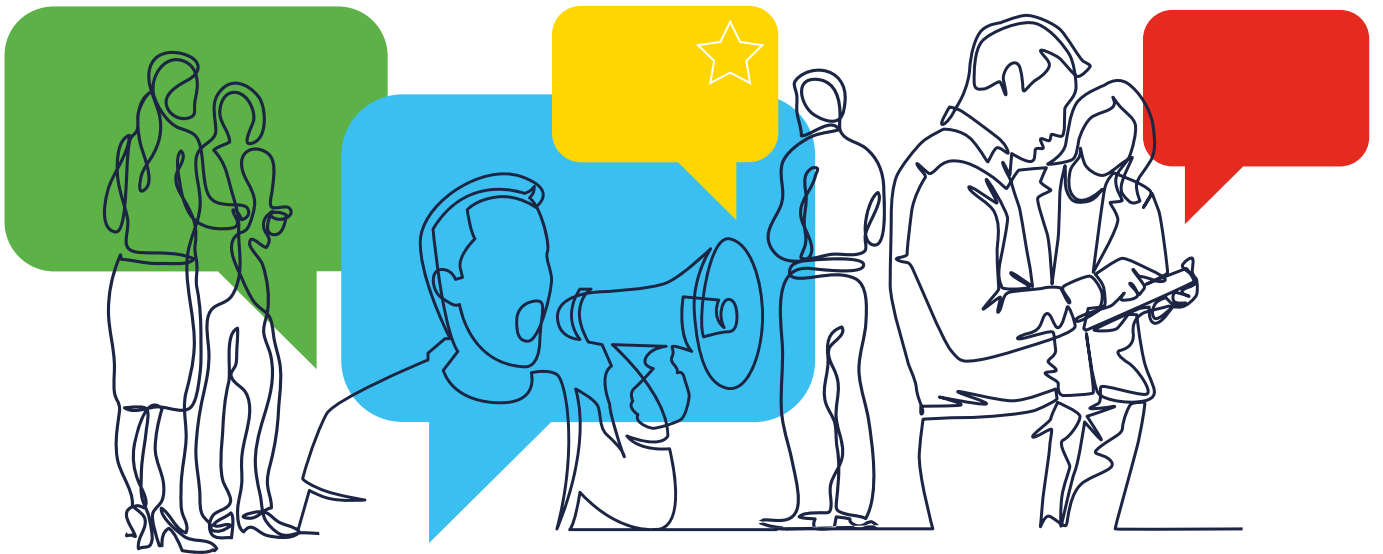




HET EUROPEES BURGERINITIATIEF

STOP HET ONTVINNEN VAN HAAIEN – STOP DE HANDEL



INFO – MEEPRATEN – CONTACTEN – ADVIES

| Inhoudsopgave

Het initiatief: “Stop het ontvinnen van haaien – Stop de handel”	3
De campagne	4
De impact van de campagne	9



1

Het initiatief: “Stop het ontvinnen van haaien – Stop de handel”



Succesfactoren:

- Ontwikkeling van een sterk partnerschap met verschillende organisaties
- Opbouw van een ondersteunend netwerk vóór de start van het initiatief
- Permanente netwerkvorming en uitbreiding van partnerschappen met andere organisaties gedurende de hele campagne
- Nadruk op het gebruik van sociale media om een ruimer publiek en nieuwe doelgroepen te bereiken
- Oprichting van vrijwilligersteams in verschillende EU-landen om lokale campagnes te helpen ontwikkelen en uitvoeren

“Stop het ontvinnen van haaien – Stop de handel” is het achtste succesvolle Europees burgerinitiatief (EBI). Het roept de Commissie op om een einde te maken aan de handel in losse haaienvinnen in de EU door Verordening (EU) nr. 605/2013, die het afsnijden van haaienvinnen verbiedt, uit te breiden en om tevens de invoer, uitvoer en doorvoer van losse haaienvinnen naar, uit en binnen de Europese Unie te verbieden.

Het initiatief “Stop het ontvinnen van vinnen – Stop de handel” werd op 2 januari 2020 geregistreerd en de periode voor het verzamelen van handtekeningen ving aan op 31 januari 2020. Er werden **1 119 996 geverifieerde steunbetuigingen** verzameld en de **minimumdrempel werd in 15 lidstaten bereikt**. De periode voor het verzamelen van handtekeningen werd met één jaar verlengd, tot en met 31 januari 2022, in verband met de gevolgen van de COVID-19-pandemie voor de campagne¹.

Na afloop van de fase van het verzamelen van handtekeningen doorliep het initiatief het verificatieproces (dat eveneens werd verlengd als gevolg van de pandemie). Daarbij werden de steunbetuigingen gecontroleerd en gevalideerd door de bevoegde autoriteiten in elke lidstaat. Vervolgens werd het initiatief op 11 januari 2023 formeel aan de Europese Commissie voorgelegd (persbericht). De Commissie publiceerde op 5 juli 2023 een mededeling in antwoord op dit initiatief.



¹ Overeenkomstig Verordening (EU) 2020/1042, Besluit C(2020) 9226 en Besluit C(2021) 1121.

2

De campagne

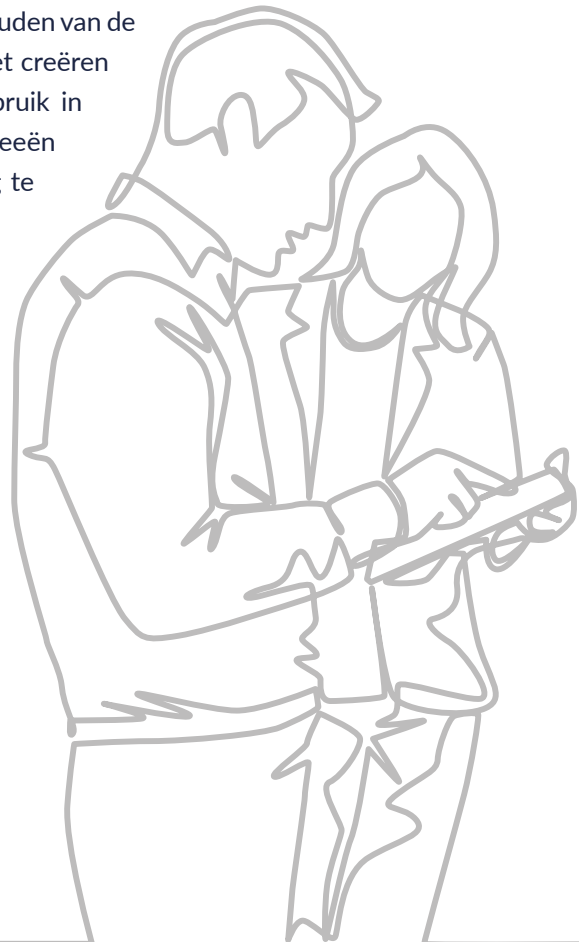
Vorbereiding

De organisatoren van “Stop het ontvinnen van haaien – Stop de handel” waren, net als organisatoren van andere EBI's, zeer gepassioneerd voor hun onderwerp en waren klaar om een vliegende start te maken. De voorbereiding van een EBI is misschien wel de belangrijkste fase. Tijdens de voorbereidingsfase ontwikkelen de organisatoren hun campagnestrategie en bouwen zij hun netwerk op. Het opbouwen van een **netwerk van partners en vrijwilligers** was essentieel voor het welslagen van dit EBI. Dit initiatief werd gesteund door 105 organisaties, 14 watersportverenigingen, 14 bedrijven en 16 beroemdheden/invloedrijke personen. De belangrijkste pleitbezorger was de ngo Sea Shepherd, die de organisatoren financiële steun, expertise in campagnevoering en advies verstreekte.

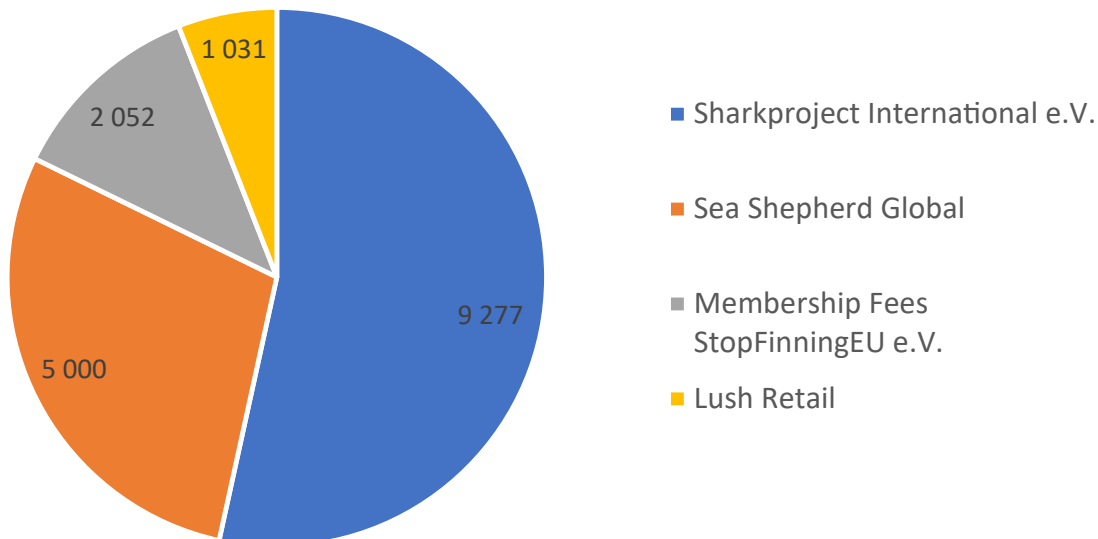
Het was een uitdaging om ervoor te zorgen dat deze partnernetwerken het initiatief actief steunden. De organisatoren zijn daarin geslaagd door middel van online conferencecalls om de partners op de hoogte te houden van de voortgang van het initiatief; een regelmatige nieuwsbrief; het creëren van inhoud voor de partners die aanpasbaar was voor gebruik in hun eigen communicatiekanalen; en het uitwerken van ideeën voor evenementen om het initiatief in hun lokale omgeving te promoten.

Ook het uitbouwen van een **online-aanwezigheid** was van cruciaal belang voor dit initiatief, omdat het verzamelen van handtekeningen plaatsvond tijdens de COVID-19-pandemie en er dus geen fysieke evenementen konden plaatsvinden. De organisatoren zetten een meertalige website op met achtergrondinformatie over het initiatief, de eisen van het initiatief en hulpmiddelen zoals factsheets en een campagneoverzicht. De organisatoren bouwden ook hun online-aanwezigheid op sociale media uit: [Facebook](#) (15 000 volgers), [Instagram](#) (37 600 volgers), [X \(het vroegere Twitter\)](#) (1 998 volgers) en [YouTube](#) (229 abonnees).

In totaal hebben de organisatoren van het “Stop het ontvinnen van haaien – Stop de handel”-initiatief 17 360 EUR aan steun en middelen ingezameld. Enkel bijdragen van meer dan 500 EUR per donor worden gerapporteerd.



Financieringsbronnen (€)



| Uitvoering van de campagne

De organisatoren van het initiatief **wezen 10 lidstaten aan als doelgroep, die de minimumdrempel moesten bereiken**: Tsjechië, Duitsland, Griekenland, Spanje, Frankrijk, Italië, Luxemburg, Hongarije, Nederland en Oostenrijk. De organisatoren kozen deze landen om twee redenen:

1. ze zijn betrokken bij de handel in haaienvinnen en de EBI-voorstellen hebben rechtstreekse gevolgen voor hen, en
2. de meeste partnerorganisaties van de organisator, vrijwilligers en influencers zijn in deze landen actief.

Als gevolg van de pandemie moesten de organisatoren hun oorspronkelijke campagnestrategie herzien en zich richten op hun online-aanwezigheid en het online verzamelen van handtekeningen. Dankzij de verlenging van de termijn voor het verzamelen van handtekeningen, de hulp van hun netwerk van partners en vrijwilligers en hun sterke socialemediacampagne zijn de organisatoren erin geslaagd dit obstakel te overwinnen. Opmerkelijk genoeg hebben de organisatoren via deze partners, vrijwilligers en socialemediacampagnes in de twintig dagen vóór het officiële einde van de verzamelperiode meer dan 500 000 handtekeningen weten te verzamelen.

“Dit alles (socialemediacampagnes en bewustmaking) heeft ervoor gezorgd dat ons initiatief meer bekendheid heeft gekregen! We moeten geduldig zijn en vertrouwen hebben... Maar dat is niet altijd gemakkelijk.”

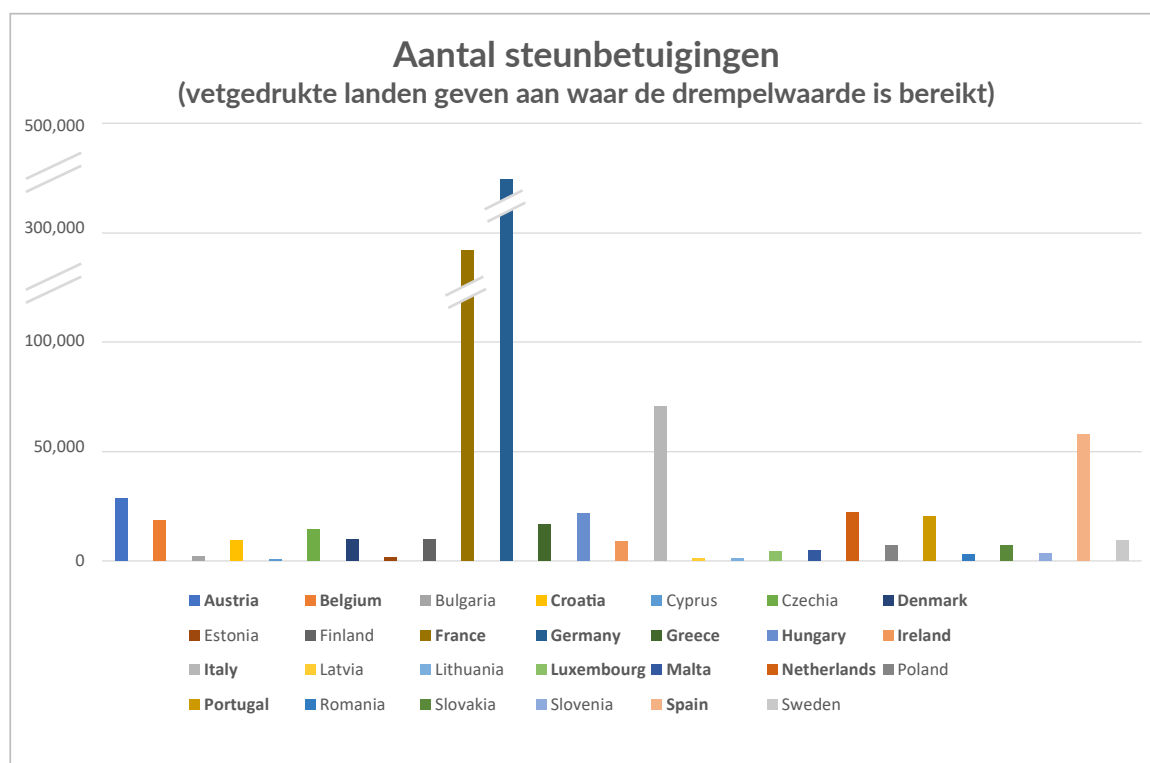
– Organisator van het EBI “Stop het ontvinnen”

Dit was vooral te danken aan de toegenomen bekendheid van de campagne en in dit verband **speelden influencers een cruciale rol**. Elke mijlpaal die door de organisatoren en vrijwilligers werd bereikt, zoals het halen van de vereiste drempel in een lidstaat, bood de gelegenheid om een nieuwe impuls te geven aan het initiatief. Ook wanneer belangrijke mijlpalen op het gebied van de instandhouding van het mariene milieu werden bereikt, maakten de organisatoren daarvan gebruik om hun initiatief te promoten en het bewustzijn te vergroten. Ondanks de pandemie konden de organisatoren met succes een aantal pan-Europese evenementen organiseren in grote steden zoals Rome, Athene en Berlijn.



Verzamelen van handtekeningen

De organisatoren van het initiatief maakten gebruik van het **centrale online verzamelstelsel**. Door de pandemie verliep het verzamelen van handtekeningen in de loop van de campagne moeizamer en trager. De organisatoren gebruikten hun netwerk van partners en vrijwilligers om de dynamiek in stand te houden en het initiatief te blijven promoten. Via influencers kreeg het initiatief een vrij grote aanwezigheid op sociale media. Dit had een enorme impact op de campagne en leidde ertoe dat meer dan 1,1 miljoen handtekeningen werden verzameld. Meer informatie is te vinden in het [blogbericht](#) op het EBI-forum.



| Verificatie en indiening

Na de verlenging van de verzamelperiode haalde het initiatief uiteindelijk 1 202 121 handtekeningen bijeen in 27 EU-lidstaten, waarvan 93 % door de bevoegde nationale autoriteiten als geldig werd beschouwd. Op 11 januari 2023 zetten de organisatoren een evenement op touw op het Luxemburgplein in Brussel om de indiening van de **1 119 996 geverifieerde steunbetuigingen** bij de Commissie te vieren. Meer dan 50 mensen uit meer dan 10 EU-landen kwamen bijeen voor het Europees Parlement om dit moment te vieren (zie het [bericht op sociale media](#)). Met de indiening van de handtekeningen ving de zesmaandelijks onderzoekperiode aan.



3

De impact van de campagne

Onderzoek en antwoord van de Commissie

Na de formele indiening van het initiatief hadden de organisatoren op 6 februari 2023 een ontmoeting met **Europees commissaris voor Milieu, Oceaan en Visserij, Virginijus Sinkevičius** ([persmededeling](#)). Op 27 maart 2023 hield het Europees Parlement een openbare hoorzitting over het “Stop het ontvinnen van haaien – Stop de handel”-initiatief ([opname van de openbare hoorzitting](#)). De organisatoren presenteerden de doelstellingen van het initiatief en gingen in gesprek met de leden van het Europees Parlement ([opvallendste momenten EP-hoorzitting](#)). Op 11 mei 2023 werd het initiatief “Stop het ontvinnen van haaien – Stop de handel” besproken in een plenaire vergadering van het Europees Parlement ([opname van het debat](#)).



Auteursrecht: European Union, 2023 ([link](#))

De Commissie nam op 5 juli 2023 een **mededeling aan waarin zij haar maatregelen in reactie** op het EBI “Stop het ontvinnen – Stop de handel” **uiteenzette**. De Commissie is ingenomen met het initiatief en zal de volgende maatregelen nemen (zie persmededeling):

1. nagaan of een wetgevingsmaatregel geschikt zou zijn om een einde te maken aan de handel in losse haaienvinnen en een effectbeoordeling starten van de ecologische, sociale en economische gevolgen van de toepassing van het beleid betreffende “op natuurlijke wijze vastzittende vinnen”;
2. de statistieken over de handel in haaienproducten tegen eind 2024 verbeteren;
3. beter toezien op de naleving van de traceerbaarheidsmaatregelen van de EU door striktere handhaving van het EU-recht dat van toepassing is op de gehele waardeketen;
4. het internationale optreden van de EU opvoeren door te pleiten voor een wereldwijd verbod op het ontvinnen van haaien en andere acties.

Op 13 juli 2023 hadden de organisatoren een ontmoeting met commissaris Sinkevičius om de reactie van de Commissie op het EBI te bespreken. Op 18 oktober 2023 publiceerden de organisatoren van het EBI een mededeling over de reactie van de Commissie, waarin alle argumenten werden belicht die in overweging moeten worden genomen voor een eerlijke en evenwichtige effectbeoordeling (zie persmededeling).



Tips voor toekomstige organisatoren

- Bouw een uitgebreid en sterk netwerk van partnerorganisaties en vrijwilligers op voordat de campagne van start gaat.
- Onderhoud de communicatie met uw netwerk van partnerorganisaties en vrijwilligers.
- Creëer materiaal voor het netwerk van partnerorganisaties en vrijwilligers om bekendheid te geven aan het initiatief.
- Leg contact met beroemdheden en/of influencers via sociale media.

