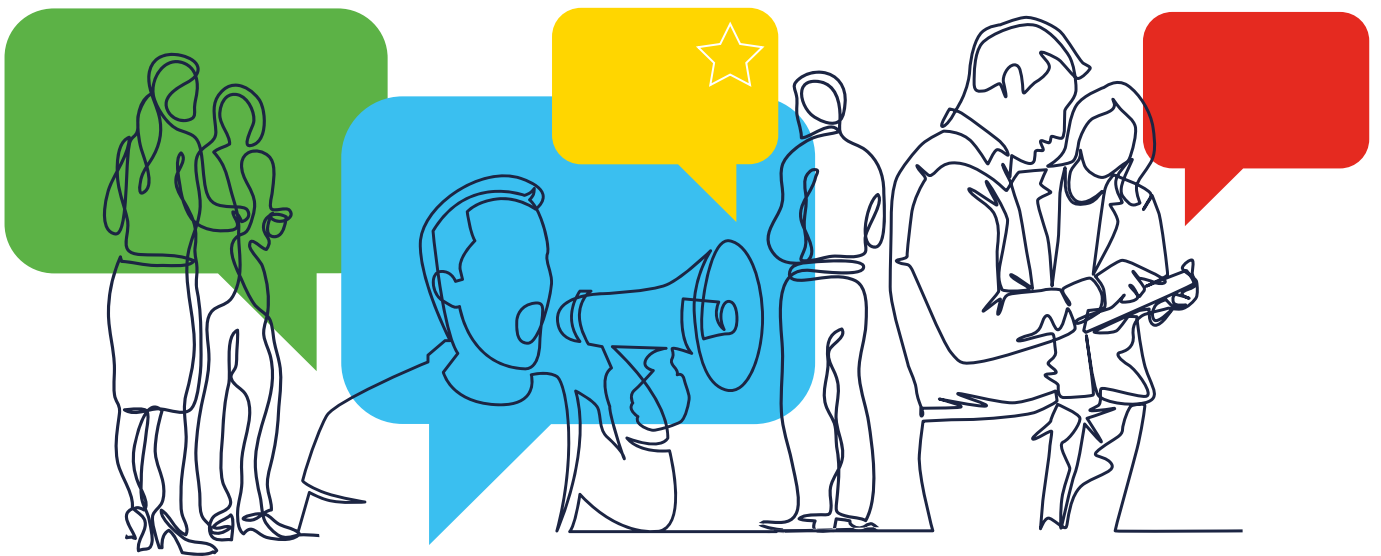




## EUROPEISKA MEDBORGARINITIATIVET

# STOPPA HAJFENSFISKET – STOPPA HANDELN



**INSPIRATION** – DISKUSSIONER – SAMARBETE – RÅDGIVNING

## | Innehåll

Initiativet ”Stoppa hajfensfisket – stoppa handeln”	3
Kampanjen	4
Kampanjens genomslag	9



# 1

## Initiativet "Stoppa hajfensfisket – stoppa handeln"



"Stoppa hajfensfisket – stoppa handeln" är det åttonde initiativet som fått tillräckligt många underskrifter och lämnats in till kommissionen. Initiativtagarna uppmanar kommissionen att stoppa handeln med hajfenor i EU genom att utvidga förordning (EU) nr 605/2013, som förbjuder hajfensfiske, och att förbjuda import, export och transitering av fenor till, från och inom EU.

Initiativet registrerades den 2 januari 2020 och namninsamlingen startade den 31 januari samma år. Initiativet fick **1 119 996 giltiga namnunderskrifter och nådde tröskelvärdet i 15 EU-länder**. På grund av coronapandemin förlängdes namninsamlingsperioden med ett år till den 31 januari 2022<sup>1</sup>.

Efter namninsamlingen kontrollerades och validerades underskrifterna av de ansvariga myndigheterna i varje medlemsland (kontrollperioden förlängdes också på grund av pandemin). Därefter överlämnades initiativet till kommissionen den 11 januari 2023 (se [pressmeddelandet](#)). Den 5 juli 2023 publicerade kommissionen ett meddelande som svar på initiativet.



### Framgångsfaktorer:

- Ett starkt partnerskap med olika organisationer.
- Ett supporternätverk som byggdes upp innan initiativet startade.
- Ständigt nätverksarbete och utökade partnerskap med andra organisationer under hela kampanjen.
- Fokusering på sociala medier för att nå en större publik och nya målgrupper.
- Grupper av frivilligarbetare i olika EU-länder som hjälpte till att utveckla och driva lokala kampanjer.



<sup>1</sup> I enlighet med förordning (EU) 2020/1042, beslut C(2020) 9226 och beslut C(2021) 1121.

## 2 Kampanjen

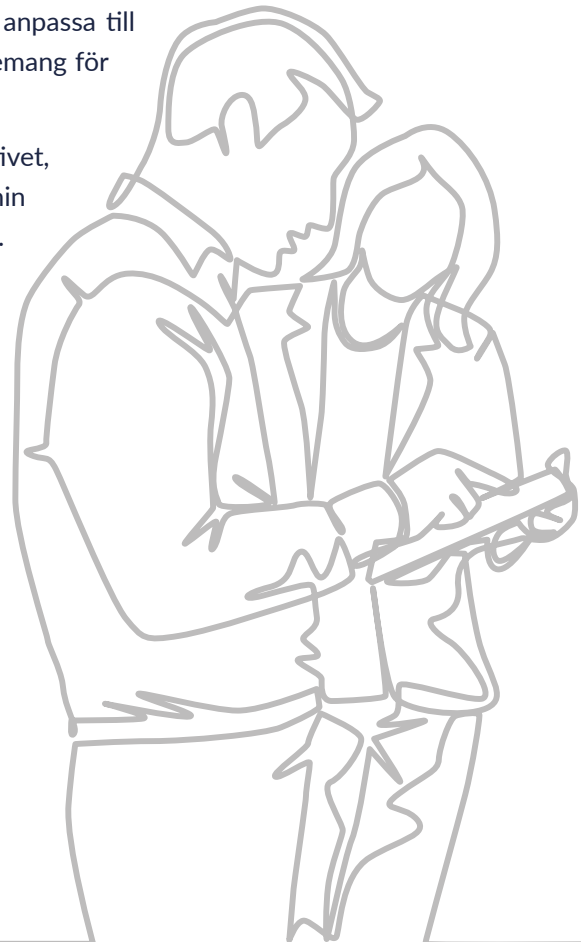
### Förberedelser

Organisatorerna av "Stoppa hajfensfisket – stoppa handeln" var, precis som andra organisatorer av medborgarinitiativ, mycket engagerade i sin fråga och ivriga att sätta i gång direkt. Förberedelserna med att ta fram en kampanjstrategi och bygga upp ett nätverk är nog den viktigaste delen av arbetet med ett initiativ. Att ha ett **nätverk av partner** och frivilligarbetare var i det här fallet avgörande för att lyckas med kampanjen. Initiativet fick stöd av 105 organisationer, 14 vattensportföreningar, 14 företag och 16 kända/inflytelserika personer. Det viktigaste stödet kom från den icke-statliga organisationen Sea Shepherd, som bidrog med ekonomiskt stöd, kampanjexpertis och rådgivning.

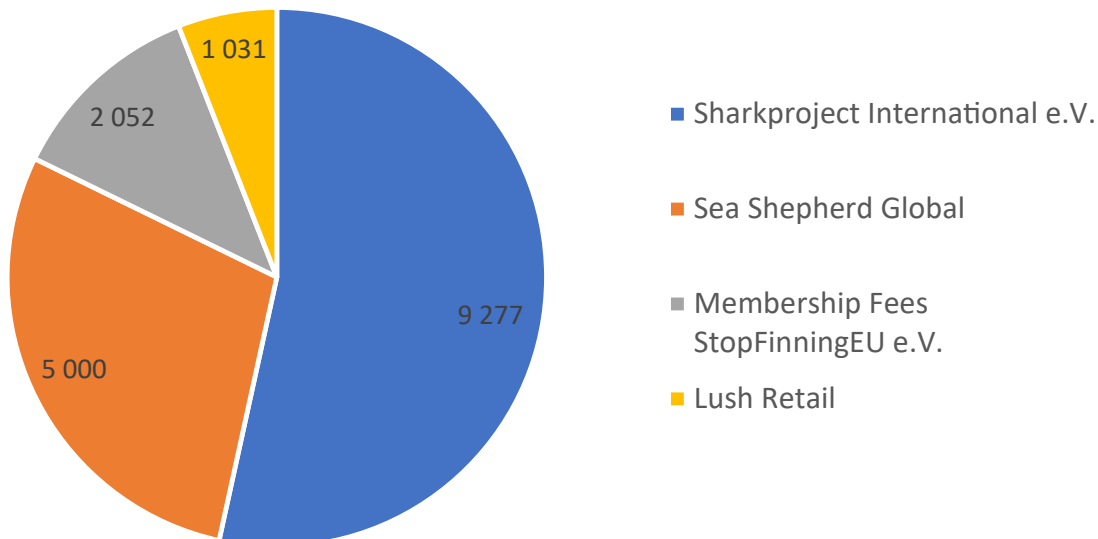
Att se till att partnernätverken aktivt stödde initiativet var en utmaning. Organisatorerna löste det genom att börja med videomöten för att hålla partnerna uppdaterade om hur initiativet fortskred, skicka ut ett nyhetsbrev med jämna mellanrum, skapa innehåll som partnerna kunde anpassa till sina egna kommunikationskanaler och ta fram idéer till evenemang för att främja initiativet i partnernas lokala områden.

Att bygga upp en **närvaro på nätet** var också avgörande för initiativet, eftersom namninsamlingen ägde rum under coronapandemin och det därför var omöjligt att anordna evenemang på plats. Organisatorerna skapade en flerspråkig webbplats med bakgrundsinformation om initiativet och resurser som faktablad och kampanjbeskrivningar. De byggde också upp sin närvaro på sociala medier: [Facebook](#) (15 000 följare), [Instagram](#) (37 600 följare), [X \(tidigare Twitter\)](#) (1 998 följare) och [Youtube](#) (229 prenumeranter).

Organisatorerna fick in totalt 17 360 euro i bidrag och annat stöd till sitt initiativ. Bara bidrag på över 500 euro per givare rapporteras.



## Finansieringskällor (€)



## | Genomförande

Organisatörerna **valde ut 10 EU-länder som de ville fokusera på och nå tröskelvärdet i:** Tjeckien, Tyskland, Grekland, Spanien, Frankrike, Italien, Luxemburg, Ungern, Nederländerna och Österrike. De här länderna valdes ut av två skäl:

1. Länderna handlar med hajfenor och påverkas direkt av förslagen i medborgarinitiativet.
2. De flesta av organisationernas partnerorganisationer, frivilligarbetare och influerare är verksamma i dessa länder.

ZTill följd av pandemin var organisatörerna tvungna att se över sin ursprungliga kampanjstrategi och fokusera på närvaron och namnsamlingen på nätet. Men tack vare förlängningen av namnsamlingsperioden och hjälpen från partnernätverket, frivilligarbetarna och den framgångsrika kampanjen på sociala medier kunde organisatörerna komma vidare. Otroligt nog lyckades organisatörerna samla in över 500 000 namnunderskrifter under de 20 sista dagarna av namnsamlingen. Nyckeln var att öka kunskapen om kampanjen och här spelade **influerna en avgörande roll**. Varje milstolpe i kampanjen, till exempel att nå tröskelvärdet i ett land, var ett tillfälle att öka takten.

"Allt detta (kampanjer på sociala medier och utåtriktad verksamhet) ledde till en ökad kunskap om vårt initiativ! Man måste vara både tålmodig och förtröstansfull, men det är inte alltid lätt."

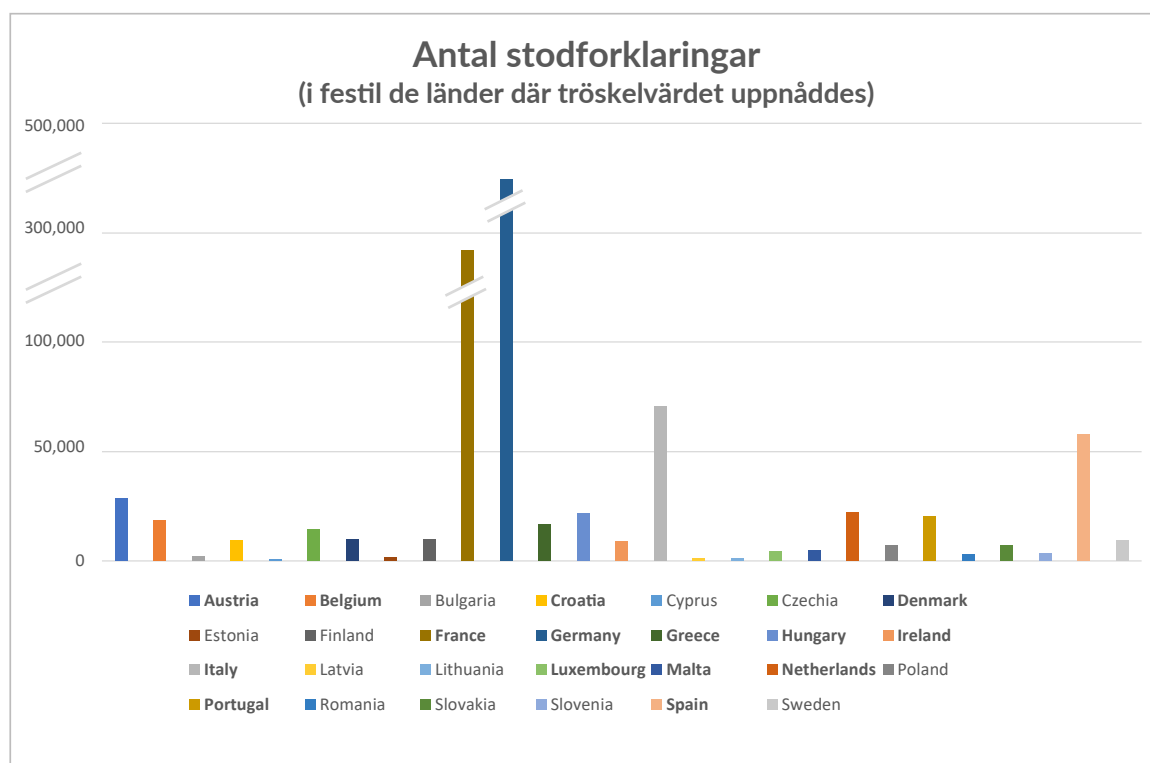
*Organisatör av initiativet Stoppa hajfensfisket*

Organisatörerna använde sig också av viktiga milstolpar för bevarandet av havets resurser för att främja sitt initiativ och öka allmänhetens kunskap. Trots pandemin kunde organisatörerna anordna några europeiska evenemang i större städer som Rom, Aten och Berlin.



## Namninsamling

Organisatörerna av Stoppa hajfensfisket använde det **centrala namninsamlingsystemet**. Till följd av pandemin var det svårare att samla in underskrifter och namninsamlingen gick långsammare. Organisatörerna använde sitt nätverk av partner och frivilliga för att hålla farten uppe och fortsätta att sprida kunskap om initiativet. Genom influerarna fick initiativet stor spridning på sociala medier. Allt detta hade en enorm inverkan på kampanjen och ledde till att över 1,1 miljoner underskrifter samlades in. Du kan läsa mer i [inlägget](#) på forumet för det europeiska medborgarinitiativet.



## | Kontroll och inlämning

Efter förlängningen av insamlingsperioden fick initiativet slutligen 1 202 121 underskrifter i 27 EU-länder, varav 93 procent godkändes av de nationella myndigheterna. Den 11 januari 2023 anordnade organisatörerna ett evenemang på Place du Luxembourg i Bryssel för att fira att **1 119 996 giltiga underskrifter** hade skickats in till kommissionen. Över 50 personer från mer än 10 EU-länder samlades framför Europaparlamentet för att fira händelsen (se [inlägget på sociala medier](#)). Därmed inleddes kommissionens sex månader långa granskningsperiod.





# 3

## Kampanjens genomslag

### Prövning och kommissionens beslut

Efter att ha lämnat in sitt initiativ träffade organisatörerna **Virginijus Sinkevičius**, EU:s kommissionär för miljö, hav och fiske, den 6 februari 2023 (se [pressmeddelandet](#)). Den 27 mars 2023 höll Europaparlamentet en offentlig utfrågning om initiativet ”Stoppa hajfensfisket – stoppa handeln” (se [inspelningen](#)). Organisatörerna presenterade initiativets mål och diskuterade med ledamöterna (se [höjdpunkter från utfrågningen](#)). Den 11 maj 2023 diskuterade Europaparlamentet initiativet vid sitt plenarmöte (se [inspelningen](#)).



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

Den 5 juli 2023 antog kommissionen ett **meddelande om sina åtgärder som svar** på initiativet ”Stoppa hajfensfisket – stoppa handeln”. Kommissionen välkomnade initiativet och aviserade följande åtgärder (se pressmeddelandet):

1. Undersöka om det är möjligt med lagstiftning för att stoppa handeln med hajfenor.
2. Inleda en konsekvensbedömning av de miljömässiga, sociala och ekonomiska konsekvenserna av policyn att hajar måste ha sina fenor kvar för att få säljas.
3. Förbättra statistiken om handeln med hajprodukter före utgången av 2024.
4. Förbättra efterlevnaden av EU:s spårbarhetsåtgärder genom hela värdekedjan.
5. Intensifiera EU:s internationella arbete genom att förespråka ett internationellt förbud mot hajfensfiske och andra åtgärder.

Den 13 juli 2023 träffade organisatörerna återigen kommissionär Virginijus Sinkevičius för att diskutera kommissionens svar. Den 18 oktober 2023 publicerade organisatörerna av Stoppa hajfensfisket ett meddelande om kommissionens svar, där de framhävde alla argument som måste beaktas för en rättvis och balanserad konsekvensbedömning.



## Tips och råd till andra organisatörer

- Bygg upp ett stort och starkt nätverk av partnerorganisationer och frivilligarbetare innan ni startar kampanjen.
- Håll i gång kommunikationen med nätverket.
- Ta fram material som partnernätverket och frivilligarbetarna kan använda för att informera om initiativet.
- Ta hjälp av kända personer och/eller influerare via sociala medier.

