

Netzwerktreffen 23.11.2023 – Ergebnisse des interaktiven Austauschs

What to keep:

- Grenzüberschreitende Fahrradtour (D-FR)
- Bustouren zu Europaprojekten in den Landkreisen und Kommunen
- Ausbau des grenzüberschreitenden ÖPNV
- Ape-Tour (Unterstützung der Kommunalverbände)
- Gewinnung von Testimonials für Social-Media („Warum Europa wichtig ist“)
- Erstellung von Vorlagen, die auf Social-Media vervielfältigt werden können
- Gewinnung von regionalen Persönlichkeiten für Europa-Aktionen
- Darstellung von Vorteilen für Studium und Ausbildung (z.B. Erasmus, EU-Freizügigkeit)
- Darstellung und Besuch von Unternehmen, die von Förderung durch EU profitieren
- Merchandising (bspw.: Sticker, Postkarten)
- Platzierung von Europa in den eigenen Publikationen
- Austausch von Materialien (bspw. wie am EU-Fachtag)
- Förderung lokaler Projekte, Aktionen und Veranstaltungen mit EU-Bezug
- Austausch mit den Europaakteuren – und Verbänden
- Institutionelle Unterstützung von Europaverbänden
- (positive) Präsentation und Darstellung von Städte- und Landkreispartnern
- Zugang zu Schulen
- Unterstützung von engagierten Lehrkräften
- Europaaktionstag (10.05.2024)
- EU-Netzwerktreffen

What to improve:

- Stärkere Einbindung von Partnerstädten
- Ansprache und Mobilisierung von Vereinen im Rahmen von Städtepartnerschaften; nicht nur Gemeinderäte
- Kommunikation mithilfe von Bildern und Emotionen
- Verwendung von „einfacher Sprache“ für eine bessere Verständlichkeit
- Aufbrechen der „Europabubble“ durch weitere Verbreitung von Europawissen in der Gesellschaft
- Ansprache der gesamten Bevölkerung (Klärung von EU-spezifischen Begriffen)
- Einbindung von Influencern (auf Social-Media)
- Stärkung der Social-Media-Präsenz
- Unterstützung lokaler Multiplikatoren (bei Veranstaltungen)
- Stärkung der EU-Citizenship
- Mut zu „großen Erzählungen“ bzw. Narrativen (Frieden, Freiheit, Demokratie)

- Positive Konnotation von EU-Thematiken
- Bessere Darstellung und Kommunikation des Mehrwerts der EU (Narrative und praktischer Nutzen für den Einzelnen)
- Selbstverständlichkeit des Wording von Europa („Wir hier sind Europa“)
- Verstärkte Präsenz der EU-Vertreter auch abseits der Wahlen
- Reduzierung von Bürokratie
- Einbindung von Akteuren aus der Kultur (bspw. durch Veranstaltungen in Theatern, Clubs, Kinos)
- Ansprache aller Communities der 27 Mitgliedstaaten vor Ort in Baden-Württemberg (niederschwellig aber gezielt)
- Ermutigung von Verkehrsunternehmen, Durchsagen in anderen Amtssprachen zu halten
- Aufnahme „Europas“ in die Lehrpläne
- Verpflichtender EU-Auslandsaufenthalt
- Teilnahme an gemeinsamfuer.eu
- Ansprache „älterer“ Zielgruppen verbessern
- Schaffung von Lernorten
- Niederschwelliger Zugang
- Etablierung des Themas bereits in der frühkindlichen Bildung bzw. Erziehung

What to start:

- Mobilisierung von Vereinen (als Basis vor Ort)
- Kooperation mit Vereinen aus Partnerstädten
- Verbindungen zu Hobbies schaffen
- Einrichtung von Europaecken in Stadtbibliotheken
- Etablierung von „Rentnernachmittagen“
- Einbindung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen als Multiplikatoren
- Etablierung einer europäischen Mittagspause
- Betrachtung Europas aus verschiedenen Blickwinkeln (Kultur, Theater, Clubs)
- Organisation von Flashmobs, Poetry Slam und Karaoke mit Europebezug
- Ansprache auch von älteren Generationen auf Social-Media
- Schaffung einer Europa-Challenge auf Social-Media
- Etablierung von Europabotschaftern auf Social-Media
- Rekrutierung von Tik-Tok Botschaftern
- Organisation von Europafesten mit Speisen aus den Mitgliedstaaten
- Organisation von Europäischen Dinnern
- Sammlung von Geschichten europäischer Restaurantbesitzer
- Etablierung von Europaaktionstagen an Grundschulen
- Einrichtung kommunaler Foren („Positive Reiseerlebnisse in Europa“)
- Beachtung der Vorteile von Storytelling

What to stop:

- Vermeiden von leeren Versprechungen
- Vermeiden der Überbetonung polarisierender Themen
- Negative Aspekte nicht ignorieren
- Vermeiden von Konkurrenzdenken
- Wählerinnen und Wähler nicht bloß als „abgegebene Stimme“ betrachten
- Keine Unterschätzung der Wählerinnen und Wähler
- Aktivitäten nicht zu spät beginnen
- Kein Verzicht auf Emotionalität
- Verzicht auf hochkomplexe Erläuterungen
- Vermeiden des Narrativ des Gegeneinanders
- EU nicht (nur) als Regelwerk darstellen
- Nicht von der Selbstverständlichkeit der EU sprechen