

Sitzung der 76. Europaministerkonferenz am 15. Februar 2018 in Berlin

TOP 8 Europapolitische Öffentlichkeitsarbeit

Berichterstatter: Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern

Beschluss

Strategische Ausrichtung der Kommunikation mit Blick auf die Europawahl 2019

1. Die Mitglieder der Europaministerkonferenz unterstützen den Vorschlag des Kommissionspräsidenten Juncker, verstärkt in den Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern zu treten, um damit auch europafeindlichen Tendenzen entgegenzutreten.
2. Die Mitglieder der Europaministerkonferenz heben die Bedeutung eines dezentralen Ansatzes in der europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit hervor. Die Themen, die die Bürgerinnen und Bürger vor Ort bewegen, müssen aufgegriffen und mit passenden europapolitischen Ansätzen in Verbindung gebracht werden. Hierdurch kann die Sichtbarkeit der Werte und der Errungenschaften der Europäischen Union erhöht und für mehr demokratische Beteiligung geworben werden. Dabei nehmen die Länder ihre Rolle als Bindeglied in der Kommunikation zwischen der europäischen, der nationalen und der dezentralen Ebene wahr.
3. Die Mitglieder der Europaministerkonferenz nehmen das Konzept „Strategische Ausrichtung der Kommunikation mit Blick auf die Europawahl 2019“ zur Kenntnis und unterstützen die entsprechende Entwicklung gemeinsamer länderübergreifender Aktivitäten.
4. Die Mitglieder der Europaministerkonferenz appellieren an das Europäische Parlament, den Rat und die Europäische Kommission, den Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern auch mit konkreten Maßnahmen zu unterlegen, finanziell auszustatten und die Länder bei der Durchführung ihrer dezentralen Maßnahmen zu unterstützen.

Strategische Ausrichtung der Kommunikation mit Blick auf die Europawahl 2019

UAG Europapolitische Kommunikation

Die Mehrheit der Bevölkerung hat eine positive Einstellung zur EU. Darauf wird aufgebaut und das gemeinsame Engagement der Länder in der europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit weiter intensiviert.

Ziel

Ziel ist es, Abstraktes konkret zu machen, Komplexes einfach darzustellen und Unpersönlichem ein Gesicht zu geben, um die Werte und Errungenschaften besser zu vermitteln, die Sichtbarkeit der Europäischen Union zu erhöhen und deren Nutzen für die Menschen aufzuzeigen.

Dazu gehören:

- Die Möglichkeiten einer demokratischen Mitwirkung auch an der Weiterentwicklung der EU besser aufzuzeigen.
- Eine höhere Beteiligung bei den Europawahlen 2019 zu erreichen.
- Die vielfach wahrgenommene Distanz zwischen den Menschen und den EU – Institutionen durch dezentrale und zielgruppengerechte Kommunikation zu verringern.
- Die EMK als Bindeglied zwischen der europäischen, regionalen sowie lokalen Ebene, ihre Themen und Beschlüsse sowie deren Bedeutung für die Bürgerinnen und Bürger besser zu vermitteln, um so eine größere Akzeptanz für die EU zu schaffen.

Zentrale Botschaft

Unsere Europäische Union: gemeinsame Werte – gemeinsame Zukunft!

Zielgruppenorientierte Kommunikation

Eine für die Bürgerinnen und Bürger begreifliche Erzählung, Emotionalisierung und Personalisierung sind wichtige Elemente, um Zielgruppen anzusprechen.

Eine besondere Rolle spielen Nachwuchszielgruppen: Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, vor allem Erstwählerinnen und Erstwähler. Hier geht es darum, die Relevanz europäischer Themen für die Alltags- und Erfahrungswelt junger Menschen und die Möglichkeiten, die die Europäische Union bietet, aufzuzeigen. Gute Beispiele für die Aufbereitung von Themen, auch mit interaktiven Methoden (Planspiele, Wettbewerbe, oder innovative Zugänge wie das VR-Projekt EU BEAM ME UP) existieren. Sie sollten in eine Übersicht aufgenommen werden und können so von Interessierten übernommen werden oder Anregungen geben. Diese Zielgruppe ist am ehesten offen für neue Erlebnisse und Begegnungen, allerdings schlecht über traditionelle Kommunikationswege zu erreichen. Das gilt speziell für Jugendliche, die sich nicht für Politik interessieren.

Die am schwierigsten anzusprechende Zielgruppe umfasst diejenigen, die durch den Einstieg in Beruf und Familie zeitlich stark eingebunden sind und sich daher politisch weniger engagieren können. Die Ansprache kann nur über direkte Betroffenheit gelingen, Lösungskompetenz ist gefragt wie auch ein anschaulicher Bezug zum Alltag. Für sie und weitere wichtige Zielgruppen müssen noch Angebote entwickelt werden.

Zusätzlich können über die Länder mit Hilfe von Best Practice Beispielen auch die Multiplikationsebenen Kommune, Schule, Hochschule und zivilgesellschaftliche Träger erreicht werden, beispielsweise über Programme zur Förderung der Europaarbeit in Kommunen. Diese werden für eine zielgruppengerechte Kommunikationsstrategie mit Blick auf die Europawahl 2019 einbezogen.

Weiterführende und gemeinsam nutzbare Konzepte

Derzeit werden mit Restmitteln aus der Strategischen Partnerschaft die Entwicklung eines gemeinsamen Konzeptes und die Erarbeitung von Handlungsempfehlungen finanziert. Diese stellen neue, wenig aufwendige und effiziente Wege zur Vermittlung und Verbreitung von Informationen über die EU, ihren Mehrwert und einen positiven Imagetransfer in den Mittelpunkt. Wichtige Aspekte sind konkret umsetzbare innovative Vorschläge für die

Vermittlung und Verbreitung von Informationen, Botschaften oder Mitmach-Möglichkeiten. Diese sollen Bestandteil eines erweiterungsfähigen Methoden/Maßnahmenbaukastens sein. Daraus können auch gemeinsame Aktionen der Länder generiert werden.

Rolle der UAG und des Multilateralen Dialogs

Die Länder haben eine zentrale Rolle als Bindeglied zwischen der Kommunikation auf europäischer bzw. nationaler Ebene und der dezentralen Kommunikation, mit denen die Menschen vor Ort erreicht werden. Die UAG Europakommunikation und die Beteiligten des Multilateralen Dialogs bieten eine Plattform für gemeinsame Ziele, übergreifende Koordination und Zusammenarbeit in der europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit. Sie fördert den Austausch zwischen den Akteuren und macht externe Expertise und innovative Konzepte allen zugänglich. Durch die Bündelung von Ressourcen oder die Nutzung von Synergien können komplexe Instrumente und aufwendigere Vorhaben leichter und mit größerer Reichweite umgesetzt werden. Länder, Bundesregierung, EU-Institutionen und Spitzenverbände auch der Zivilgesellschaft erreichen gemeinsam mehr und sprechen mehr Zielgruppen an, wenn sie sich noch besser abstimmen.

Mit den Partnern des multilateralen Dialogs sollte verabredet werden, deren Kommunikationskanäle und Medien einzubeziehen. Das betrifft zum Beispiel Verbands- oder Unternehmensmedien wie deren Intranetze, Internetauftritte, Hausmitteilungen oder Magazine. Es könnten ebenso Anregungen gegeben werden, Beiträge zu den Themenschwerpunkten aus ihrer Sicht zu publizieren. Gemeinsame Claims, Aufrufe oder eine Vernetzung der Informationsangebote fördern die Verbreitung und die Reichweite. Leitlinie sollte sein, die eigenen Zielgruppen zu motivieren, sich einzumischen und sich an einer demokratischen Mitwirkung in Europa zu beteiligen.

Vermittlung

Zentrale Botschaften sind über konkrete, einfache Erzählungen und Themen, die die Menschen unmittelbar betreffen, zu vermitteln.

Detaillierte Maßnahmen, Medien, Kommunikationswege und thematische Bausteine werden in dem beigefügten Anhang aufgeführt. Dieser listet unverbindliche, nicht abschließende Vorschläge mit der Option zur Ergänzung bzw. Fortschreibung auf, die einzelne Länder aufgreifen können und jeweils entscheiden, ob sie diese mit anderen Ländern umsetzen.

Umsetzung

Zur Umsetzung dieser strategischen Ausrichtung ist ein stärkeres Engagement der Institutionen der Europäischen Union erforderlich.

Es sollen alle Akteure der europapolitischen Kommunikation auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene zur Mitwirkung eingeladen werden wie auch Akteure des Multilateralen Dialogs, insbesondere die Bundesregierung, Sozialpartner, Konfessionen, die Europäische Bewegung und die Bundeszentrale für Politische Bildung.

Zeitplan

Bis Ende des ersten Quartals 2018 und der Vorlage des Konzepts aus der strategischen Partnerschaft werden weitere Ideen zusammengetragen und die der 76. EMK vorgelegte Strategische Ausrichtung der Kommunikation ggf. angepasst.

Zur 77. EMK im Juni 2018 werden auf der Grundlage der strategischen Ausrichtung konkrete Vorschläge für die Umsetzung vorgelegt.

Ab Sommer 2018 beginnt die Umsetzung insbesondere in Abstimmung mit Parlament, Kommission und den weiteren Partnern im Multilateralen Dialog.

Zum Jahresende 2018 wird eine Gesamtplanung für die Phasen bis zur Europawahl festgelegt und abgestimmt.

Nach der Europawahl 2019 werden die Umsetzung, die Ergebnisse der Maßnahmen und die Auswahl der Themen kritisch analysiert und in die Fortschreibung der Strategischen Ausrichtung der Kommunikation einbezogen.

Strategische Ausrichtung der Kommunikation

Anhang: Aufgaben und Auflistung von Maßnahmen

Bekämpfung der Europafeindlichkeit als originäre Aufgabe

Die Mitglieder der Europaministerkonferenz haben gefordert, populistischen und europafeindlichen Positionen mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln zu begegnen und eine klare inhaltliche Auseinandersetzung zu führen.

Im Rahmen der Europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit sollen nationalistischen Parolen, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus, Ausgrenzung und das Schüren von Hass gegenüber Minderheiten und Andersdenkenden entschieden bekämpft werden.

Es ergeben sich daher drei Handlungsfelder:

- A. Begegnen durch positive Beispiele und Erzählungen für ein solidarisches und demokratisches Europa, für die gemeinsamen Werte. Offene und kritische Auseinandersetzung mit den Errungenschaften und der weiteren Entwicklung der EU.
 - a. Europapolitische Öffentlichkeitsarbeit muss auf Verunsicherungen, Ängste und Mangel an Vertrauen in der Bevölkerung reagieren.
 - i. Die Erfolge nationalistischer und europafeindlicher Parteien vor dem Hintergrund wirtschafts- und sozialpolitischer Veränderungen und Verunsicherungen sehen.
 - ii. Globalisierung wird von vielen Menschen als Bedrohung und Ursache gesellschaftlichen wie politischen Kontrollverlusts und nicht mehr als Chance für mehr Wohlstand angesehen. Sie fühlen sich hilflos gegenüber den Veränderungen in Folge der Globalisierung.
 - iii. Die EU hat die Aufgabe, den Bürgerinnen und Bürgern einen fairen Ordnungsrahmen für die Globalisierung, für den Freihandel und im Binnenmarkt zu bieten.
- B. Transparenz und bessere Informationspolitik gegen Vorurteile und Misstrauen gegenüber denen „da oben“.

- a. Vertrauen in das Handeln der EU kann nur wieder hergestellt werden, wenn Transparenz und das Vermitteln von Einblicken und Verstehen von EU-Politik Leitgedanke der europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit sind.
 - i. An den Entscheidungen auf EU – Ebene sind alle beteiligt, es wird gemeinsam entschieden.
 - ii. Einfache Darstellung komplizierter Inhalte
 - iii. Entscheidungen müssen verständlich, erklärt und begründet sein; Entscheider identifizierbar sein.
 - iv. Ängsten und Verunsicherungen durch ehrliche Informationen begegnen, zu Stärken und Schwächen stehen.
- C. Dekonstruieren von europafeindlichen Begriffen und Haltungen. Best Practice Anregungen zur Umsetzung auf den unterschiedlichen Ebenen.
- a. Vorurteilen, Ablehnung und Falschinformationen konsequent entgegentreten.
 - i. Ursachen der Erfolge europafeindlicher oder nationalchauvinistischer Parteien benennen
 - ii. Ziele von europafeindlichen Populisten konkret darstellen und entlarven – Was wäre wenn?
 - iii. Faktencheck EU und demokratische Mitwirkungsmöglichkeiten: Wer ist das Volk?
 - b. Es gibt in den Ländern eine Vielzahl von Projekten aber auch Koordinierungsstellen und unterschiedlich entwickelte Netzwerke. Hier lassen sich Anregungen und Best Practice für Gegenerzählungen und Gegenstrategien aufgreifen.
 - c. Das europäische Forschungsprojekt „Progressive Counter Strategies to Populism“ untersucht das Phänomen des Rechtspopulismus mit europafeindlicher Ausrichtung in mehreren EU-Mitgliedsstaaten unter Beteiligung von Think-Tanks und Forschungsinstituten. Ziel ist u.a. die Erarbeitung eines Handbuches für Gegenstrategien auf der Grundlage der Forschungsergebnisse.
 - i. Die Ergebnisse sollen auf der 77 EMK in Brüssel im Juni 2018 vorab präsentiert werden
 - ii. Abschluss des Forschungsprojekts mit Präsentation der Ergebnisse soll eine internationale Konferenz ebenfalls im Juni 2018 sein, zu der auch das deutsche Handbuch vorgestellt wird.

Maßnahmen, Medien, Kommunikationswege und thematische Bausteine

Zur Ergänzung der Strategischen Ausrichtung der Kommunikation legt die UAG Europakommunikation eine erweiterbare und optionale Zusammenstellung von Maßnahmen, Medien und Kommunikationswegen sowie thematischen Bausteinen vor. Diese dienen als Anregung für die Akteure der Europakommunikation für einzelne oder gemeinsame Vorhaben, auch mit weiteren Partnern auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene.

Wir greifen den Vorschlag des Kommissionspräsidenten Juncker und der Europaministerkonferenz auf, in der Öffentlichkeitsarbeit verstärkt in den Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern zu treten. (EMK – Beschluss Zukunft EU)

Nachhaltige, dialogorientierte und innovative Kommunikation als Leitlinie.

Mit Bezug auf die Kommunikation zur Zukunft der EU und Ausrichtung auf die Europawahlen 2019 wird verstärkt auf Maßnahmen und Wege gesetzt, die Kommunikation nicht als Einbahnstraße sondern als Anstoß für Dialoge und Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern zu gestalten.

Kommunikation soll zum Nachdenken, Weiterdenken, Nachfragen, in Frage stellen, Widersprechen und Neu Denken anregen.

Mehr Transparenz

Immer noch wird die EU von vielen Bürgerinnen und Bürgern als zu kompliziert und deren Entscheidungswege als nicht nachvollziehbar angesehen. Das fördert Vorurteile und verstärkt europafeindliche Positionen.

Die Menschen können die EU nur befürworten, wenn sie sich nicht dem Verdacht aussetzt, Entscheidungen hinter verschlossenen Türen zu treffen und wenn das Ergebnis für den Bürger nicht unverständlich oder suspekt ist.

Einfache Erklärungen, Erfahrbar machen, „Begreifen“ als Ergebnis von Griffig darstellen, persönliche Betroffenheit können zu mehr Transparenz beitragen und Misstrauen abbauen.

Die EU – Institutionen sind gefordert, Gesetzesvorhaben, Entscheidungswege, Entscheidungsgründe und Ergebnisse besser auffindbar und besser verständlich darzustellen. Es muss leicht erkennbar sein, wer was und wann macht und wie Entscheidungen zustande kommen.

Eine Idee wäre z.B. ein „Entscheidungstracker“. Wie bei einem Paket ist der jeweilige Sachstand und das Gremium, in dem es behandelt wird, nachvollziehbar, Änderungen können eingesehen und ggf. kann bei den beteiligten Akteuren nachgefragt werden.

Dialoge organisieren und ausbauen

Direktere Dialoge mit den Abgeordneten über digitale und interaktive Kommunikationsformate/-methoden besser nutzen.

Bürgerdialoge, Bürgerfragestunden und Meinungsbildung können via Web und Tools wie Sli.do organisiert werden.

Wichtig ist bei allen interaktiven Formen das Feedback der EU - Ebene an die Bürger. Bürgerdialoge sind keine Einbahnstraße.

Eine kritische Bewertung der Bürgerdialoge der letzten Monate muss hinsichtlich der Reichweite, der jeweiligen Zielgruppen und der Abdeckung in Flächenländern bzw. abseits der Hauptstädte vorgenommen werden.

Bei anderen Veranstaltungsformaten wie Konzerten, Kabarett, Poetry Slams oder Lesungen sollten Möglichkeiten zum Dialog ebenfalls genutzt werden.

Was wäre wenn...

Vorurteile und Fake News mit Humor, Ironie und wörtlich nehmen dekonstruieren – Grenzen dicht – Passkontrolle – keine Produkte aus dem Binnenmarkt.

Medien

Poster und Plakatserien

Gezielter Einsatz, um zu Dialogen etc. einzuladen, generell mit direktem Einstieg in digitale Ergänzung verbinden (QR –Code/ AR etc.)

Infolyer und Kurzinfos gedruckt und als pdf

Sind gemeinsame Flyer bzw. Kurzinfos sinnvoll oder wäre es besser, sich aus einen Textbausteinsystem zu bedienen und an regionale – lokale Adressaten anzupassen? *Going local – reconnecting with the citizens*

Artikelserien für Unternehmenskommunikation oder Kundenzeitschriften

Sollen Bezug zur Lebenswirklichkeit der Zielgruppen haben – sinnvoll sind ebenfalls Textbausteine, Erzählungen, die Bezug zu Zielgruppen ermöglichen und begründen, warum die EU z.B. für das Unternehmen und die Belegschaft wichtig und sinnvoll ist. Artikelserien sind Zeichen einer gemeinsamen Bewegung pro EU. Wir alle wollen die EU weiter entwickeln und besser machen.

Erklär Videos (Beispiel explainity)

Komplizierte Zusammenhänge einfach darstellen, geht auch witzig und ironisch (wie bei „jung und naiv“)

Videoclips

Zielgruppengerecht und viral verbreitbar – geht nur mit externer Unterstützung und Umsetzung. *Die Reichweite von Videoclips und die Wirksamkeit müssten im Vorfeld sorgfältig analysiert und bewertet werden.*

Postkarten

Wie einsetzen und wie wirkt es bei welchen Zielgruppen – Wirksamkeit und Reichweite sind wie bei Videoclips zu analysieren und zu bewerten. Ein zusätzliches hilfreiches Medium in einer Kampagne, aber nicht isoliert einzusetzen.

Kneipendialog per Bierdeckel

Stammtischparolen am Stammtisch aufgreifen und widerlegen.

Animierte Grafiken bzw. Präsentationen zu einzelnen Themen

Sehr hilfreiches und wirksames Vermittlungswerkzeug zur Verbreitung komplexer Themen und als Serie breit anzubieten und von vielen Akteuren zu nutzen.

Innovative Kommunikationswege und Kommunikationsmittel

Vorschläge können z.B. aus dem Restmittelprojekt kommen – externe Beratung und zielgruppenorientierte Gestaltung sollten zentrale Ausrichtung sein.

Blog zu speziellen Themen

Beispielsweise von Teilnehmenden des Europäischen Solidaritätskorps.

Themenbausteine

Die Themenbausteine sind als Anregung für kurze Erzählungen, Textbausteine für Beiträge in Medien und Veranstaltungen, Botschaften und Werbeträger wie Plakate, Clips, Info-Flyer und digitale Darstellungsformen aufgelistet. Sie haben zum Teil direkten Bezug zu den Handlungsfeldern „Europafeindlichkeit“. Sie können Anstoß zum Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern sein.

Was hat die EU für uns erreicht – was noch nicht?

Was haben wir mit der EU erreicht? Eine Erfolgsgeschichte mit positiven wie negativen Ergebnissen:

- Friedlich miteinander leben seit über 70 Jahren.
- Die EU als Friedensprojekt nach außen wie nach innen?
- Frieden nach außen? Die Rolle der EU in der Flüchtlingspolitik
- Gelingt Fluchtursachenbekämpfung?
- Fairness nach innen wie nach außen?
- Gemeinsame Werte als Grundlage und Bindekraft?
- In der EU gelten die Grundrechte für alle.
- Wie können sie noch besser durchgesetzt werden?
- Menschen und Mitgliedstaaten profitieren von den Grundfreiheiten der EU.

- Die EU fördert Weltoffenheit und den Austausch von jungen Menschen. Dank der Erasmus Programme ist es für die jüngere Generation selbstverständlich, in anderen EU-Staaten zu studieren, zu lernen oder ein Praktikum zu machen.
 - Wir können überall hin reisen, dort leben, arbeiten und Freunde gewinnen.
 - Die Mitgliedsstaaten haben in der EU mehr Wohlstand, mehr soziale Sicherheit und mehr Gemeinsinn erreicht.
 - Menschen und Wirtschaft profitieren vom Austausch und der Vielfalt von Waren, Dienstleistungen, Ideen und Projekten.
- Ein Europa ohne Grenzen im Inneren ist noch nicht erreicht.
 - Gemeinsam werden hohe Standards etwa beim Verbraucherschutz, dem Umweltschutz oder dem Datenschutz durchgesetzt.
 - Von den vielfältigen Förderprogrammen können Menschen, Unternehmen, aber auch Kommunen, Natur und Umwelt bei uns vor Ort wie in allen anderen Ländern profitieren.
 - Das Ziel der Gründungsländer, dass die Menschen überall gleichwertige Lebensbedingungen haben, ist zwar noch lange nicht erreicht, es rückt aber Schritt für Schritt näher.
 - Jugendarbeitslosigkeit und wachsende Kluft zwischen Arm und Reich bleiben eine zentrale Herausforderung.
 - In Vielfalt vereint: Die einzigartige Stärke der EU ist in der Vielfalt der Menschen und Kulturen in ihren Mitgliedsländern begründet.
 - Wie können Krisen besser und gemeinsam bewältigt werden.
 - Seit ihrer Gründung lernt die EU aus Erfahrungen (Frieden bewahren) und entwickelt sich weiter.
 - Wo hat die EU nicht genug Kompetenzen – sollte das verändert werden und wenn ja, wie?

Debatte zur Zukunft der EU weiterführen: Unser Europa geht noch besser!

Zudem befürworten die Mitglieder der Europaministerkonferenz internationale Maßnahmen zur Stabilisierung des Finanzsektors, zur Korruptionsbekämpfung, zur Bekämpfung von

Steuervermeidung, zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen und zur Erreichung gemeinsamer Umweltschutz- und Klimaziele.

Für diese Herausforderungen ist eine kritische Auseinandersetzung und Darstellung erforderlich.

- Die EU muss erkennbarer Lösungen gegen die Verunsicherung vieler Menschen durch tiefgreifende Veränderungen und Krisen bieten.
- Die EU muss zeigen, dass Herausforderungen durch gemeinsames Handeln und nicht durch Abschottung zu bestehen sind.
- Die EU muss Lösungen für die von einer Mehrheit beklagte Ungerechtigkeit und die wachsende Kluft zwischen Arm und Reich finden und durchsetzen.
- Maßnahmen zur Stabilisierung des Finanzsektors und Verhinderung von Finanzspekulation zu Lasten der Staaten und Bürgerinnen und Bürger, zur Korruptionsbekämpfung, zur Bekämpfung von Steuervermeidung oder zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen müssen auch gegen Widerstände von außen oder Interessengruppen zum Wohl der Allgemeinheit umgesetzt werden.
- Steueroasen innerhalb der EU oder Steuerdumping zu Lasten der anderen Länder müssen der Vergangenheit angehören.

Sozialstaatlichkeit und Solidarität prägen die europäischen Gesellschaften. Wir befürworten die mit der Europäischen Säule sozialer Rechte angestrebte soziale Konvergenz. Zum Erreichen dieser Konvergenz bedarf es jedoch keiner Harmonisierung der Sozialsysteme der Mitgliedstaaten.

- Die EU muss noch mehr und erkennbarer die „stetige Besserung der Lebens- und Beschäftigungsbedingungen ihrer Völker“ als wesentliches Ziel anstreben
- Die Grundwerte und die Charta der Grundrechte der Europäischen Union sind die Basis für die Weiterentwicklung des Sozialen Europas.
- Weiterentwicklungen und Konvergenz in der Sozialstaatlichkeit dürfen keine Anpassung auf niedrigerem Niveau bewirken. Es muss das Prinzip der Solidarität und das Ziel des gemeinsamen obersten Niveaus gelten.

- Soziale Rechte und Standards müssen für alle in einem Mitgliedsstaat gelten und dürfen nicht zu einem Unterbietungswettbewerb zu Lasten anderer Mitgliedsländer und ihrer Bürgerinnen und Bürger führen.
- Wir müssen Solidarität untereinander praktizieren und den Schutz von Minderheiten ausbauen.

Ein starkes und geeintes Europa ist die Lösung für die Zukunftsfragen

Die Mitglieder der Europaministerkonferenz fordern, dass sich die EU weiterhin aktiv an der Gestaltung des Globalisierungsprozesses beteiligt und die damit verbundenen Chancen aktiv nutzt. Ziel muss sein, zu einer gerechteren Verteilung der Globalisierungschancen sowohl innerhalb der EU als auch weltweit zu gelangen.

Wir können bei der weiteren Gestaltung der Globalisierung nur mit einem starken und geeinten Europa bestehen. Die EU muss die Menschen bei den sozialen, gesellschaftlichen und demografischen Veränderungen mitnehmen und ihnen Sicherheit geben. Die Wirtschaft in der Europäischen Union muss den Menschen dienen.

- **Gemeinsam gelingt mehr.** Das gilt auch für die Gestaltung der Globalisierung durch die EU – es muss dafür gesorgt werden, dass **kein Mitgliedsstaat zurückbleibt**, die Lasten gemeinsam getragen und **alle** am Fortschritt **teilhaben**.
- **Fortschritt** in sozialer wie wirtschaftlicher Hinsicht **ist unteilbar**. Uns geht es dauerhaft nur gut, wenn es auch unseren Nachbarn gut geht.

Mehr Demokratie wagen in Europa:

Wir wollen die demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten ausbauen und die Distanz zwischen dem Geschehen in Brüssel und den Menschen vor Ort verringern.

- Mitreden, bessere Kommunikation mit Abgeordneten und Kommissionsangehörigen
- Wo sollten Bürger mehr mitreden und wie? Ideen/Beispiele
- Feedback – was wird daraus und wie geht es weiter

Wie sollen die Institutionen weiterentwickelt werden

Mehr Europa wagen!?

- Vorschlag Direktwahl des Kommissionspräsidenten - Szenario
- Europaweite gemeinsame Listen der Parteien – Impuls für Debatte
- Kurs Vereinigte Staaten von Europa?