Nachbericht: „Nürnberg wählt Europa. Wählst du mit?“ – eine lokale Kampagne zur Europawahl 2024

Sachverhalt

1. Europawahl 2024

Vom 6. bis 9. Juni 2024 fand in der Europäischen Union die zehnte Direktwahl zum Europäischen Parlament statt. In Deutschland wurde am Sonntag, 9. Juni 2024 gewählt. Die Europawahl findet alle fünf Jahre statt. Insgesamt waren 720 Sitze im Europäischen Parlament neu vergeben worden. 96 davon besetzen deutsche Abgeordnete.

In Deutschland sind sowohl deutsche Staatsangehörige als auch EU-Bürgerinnen und -Bürger wahlberechtigt. Zur Europawahl 2024 wurde das Wahlalter erstmals bundesweit auf 16 Jahre herabgesetzt. Die Wahl wurde als Listenwahl durchgeführt, wobei jede Wählerin oder jeder Wähler eine Stimme vergeben konnte.

Bei der Wahl am 9. Juni 2024 waren in Nürnberg rund 394 000 Menschen potentiell wahlberechtigt, darunter befanden sich rund 20 000 junge Menschen, die zum ersten Mal bei einer Europawahl teilnehmen konnten. Rund ein Viertel von Ihnen waren am Wahltag unter 18 Jahre.

In den vergangenen Jahren war die Wahlbeteiligung bei der Europawahl niedriger als bei anderen Wahlen in Deutschland. In Nürnberg lag sie bei der vorherigen Wahl 2019 bei 58,7 Prozent. Im Jahr 2024 stieg die Wahlbeteiligung um 1,3 Prozentpunkte auf 60,0 Prozent. Bundesweit lag die Wahlbeteiligung bei 64,7 Prozent (zum Vergleich 2019: 61,4 Prozent).

Mit der Kampagne „Nürnberg wählt Europa. Wählst du mit?“ setzte die Stadt Nürnberg im Vorfeld der Europawahl 2024 ein besonders deutliches Zeichen für Europa und für die Demokratie. Sie mobilisierte die Stadtgemeinschaft, gemeinsam für Europa einzutreten.

2. „Nürnberg wählt Europa. Wählst du mit?“

Nürnberg liegt im Herzen Europas, ist Zuhause für Europäerinnen und Europäer, pflegt europäische Partnerschaften und Netzwerke und profitiert von Innovation, Vielfalt und Kreativität. Gerade in der heutigen Zeit, mit Blick auf den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine, darf die Europäische Union als kein selbstverständliches Friedensprojekt angesehen werden.

Vor diesem Hintergrund führte die Stadt Nürnberg eine eigene Kampagne zur Europawahl 2024 durch. Die parteineutrale Kampagne hatte zum Ziel, eine möglichst breite Öffentlichkeit über das Wahldatum der Europawahl zu informieren und zur Wahlbeteiligung zu motivieren. Gleichzeitig konnte sich die Stadt Nürnberg sichtbar als proeuropäische Kommune positionieren und nachhaltig die Bedeutung europäischer Themen auf lokaler Ebene und im Alltag ihrer Bürgerinnen und Bürger aufzeigen.

Zielgruppe der offiziell am 17. April 2024 durch Oberbürgermeister Marcus König im Rahmen einer Pressekonferenz gestarteten Kampagne waren alle wahlberechtigten Nürnbergerinnen und Nürnberger, mit besonderem Fokus auf die Erstwählerinnen und Erstwähler. Um eine möglichst breite Gruppe von Menschen zu erreichen, verfolgte die Kampagne einen ganzheitlichen Ansatz: Digitale und analoge Elemente wurden kombiniert und boten so Beteiligungsmöglichkeiten für Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen, Organisationen, und

öffentliche Einrichtungen. Die Beteiligungsmöglichkeiten wurden von verschiedenen Akteuren der Stadtgesellschaft genutzt – vom Nachbarschaftshaus Gostenhof über die noris inklusion gGmbH bis hin zur Bundesagentur für Arbeit. Multiplikatoren wie laut! Nürnberg oder regionale Influencerinnen wurden zur zielgruppenspezifischen Kommunikation gezielt angefragt und haben sich aktiv eingebracht.

Zu den Kernelementen der Kampagne zählten:

a) Spots in allen VAG-Bussen und -Bahnen im Stadtgebiet (09.05.-09.06.2024); analoge und digitale CityLights-Plakate im Stadtgebiet (28.05.-10.06.2024), Plakate in städtischen Gebäuden mit Publikumsverkehr, Großtransparent am Rathaus (15.05.-10.06.2024):

   Bei den Spots in den VAG-Bussen und -Bahnen kann von 16 Millionen erzeugten Kontakten, bei den 32 analogen City-Light-Postern (CLP) von 5,7 Millionen Kontakte ausgegangen werden. Den Dienststellen der Stadt Nürnberg und den Nürnberger Schulen wurden insgesamt 275 Plakate zur Verfügung gestellt.













b) Veranstaltungen und Aktivitäten der Stadt Nürnberg sowie nicht-städtischer Akteure, etwa der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, der Relevanzreporter Nürnberg gUG oder des Bayerischen Jugendrings, rund um das Thema Europawahl wurden in einem zentralen online Veranstaltungskalender gebündelt. Zusätzliche nicht-öffentliche Angebote bestanden zum Beispiel für Lehrkräfte, Schulklassen und Jugendgruppen.

   Ab Februar 2024 wurde das Thema Europawahl auf Veranstaltungen platziert. Das Europabüro der Stadt Nürnberg mit EUROPE DIRECT Nürnberg organisierte 18 eigene Veranstaltungen und nahm an 19 weiteren Veranstaltungen teil. Insgesamt

wurden damit knapp 9.000 Menschen erreicht, ein Drittel davon sind der Zielgruppe der erstwählenden 16- bis 25-Jährigen zuzuordnen.

Zusätzlich wurden dem Europabüro der Stadt Nürnberg mit EUROPE DIRECT Nürnberg 17 weitere Veranstaltungen nicht-städtischer Akteure gemeldet und im zentralen Veranstaltungskalender gebündelt.

Daneben wurden 16 Kommunen, Schulen, Vereine und Unternehmen in ganz Mittelfranken auf Nachfrage mit Broschüren- und/oder Promomaterial unterstützt. Für das vom Europabüro erstellte Pub-Quiz wurden von Schulen und Jugendeinrichtungen für die Gewinnerinnen und Gewinner insgesamt 45 Überraschungstüten mit EU-Informations- und Promomaterial angefragt.

Bilder:[1]













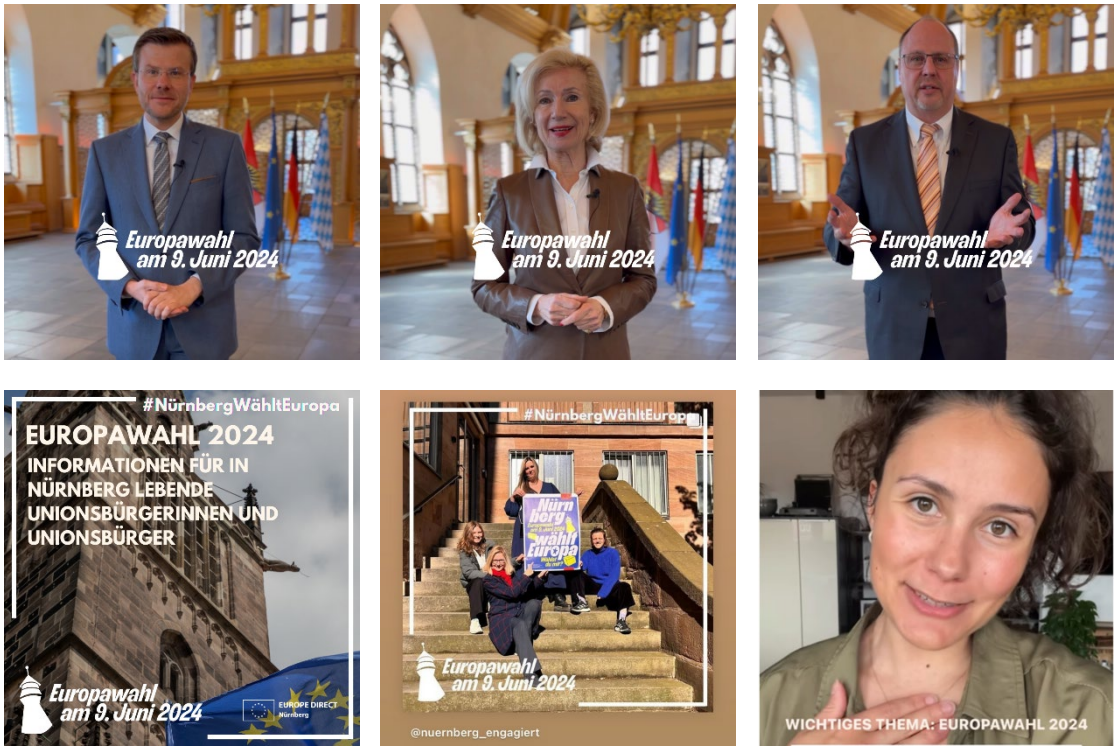

[1] Bilder von links nach rechts: Flashmob der Nürnberger Symphoniker in der Plobenhofstraße (30. April 2024), laut! Nürnberg auf dem Hauptmarkt (27. April 2024), Europafest in Schwaig b. Nürnberg (5. Mai 2024), Workshop „Die EU & Du“ (17. April 2024), Europa-Café in der Plobenhofstraße (30. April 2024), Europatour auf dem Hauptmarkt (27. April 2024), Staatsminister Eric Beißwenger beim Europa-Empfang der Stadt Nürnberg (30. April 2024), Gesamtpersonalversammlung der Stadt Nürnberg (14. Mai 2024), Ludwig- Erhard-Berufsschule Fürth (10. April 2024).

c) Social Media: Unter dem Hashtag #NürnbergWähltEuropa wurden kurze Aufrufe zur Wahlbeteiligung in Video- oder Bildformat verbreitet (etwa „Ich wähle Europa, weil …“ / „Die Europawahl ist wichtig, weil…“ / „Dank der EU, kann ich...“). Den Auftakt machte Herr Oberbürgermeister Marcus König, gefolgt von Frau Bürgermeisterin Prof. Dr. Julia Lehner sowie Herrn Bürgermeister Christian Vogel und allen Referentinnen und Referenten der Stadt Nürnberg. Lokale und regionale Akteure und Persönlichkeiten beteiligten sich ebenfalls. Die städtische Kampagne konzentrierte sich auf Instagram, war jedoch für weitere Plattformen (facebook, LinkedIn, etc.) adaptierbar.

In den 90 Tagen vor der Europawahl wurden über den Instagram-Kanal des EUROPE DIRECT Nürnberg 16.908 Konten erreicht, wovon 789, zum allergrößten Teil Nicht-Follower, interagiert haben. Auch auf der nicht primär genutzten Plattform Facebook konnten die Content-Interaktionen gesteigert werden. Unter dem Hashtag #NürnbergWähltEuropa wurden auf Instagram 159 Beiträge gepostet, durchschnittlich rund 23 Beiträge pro Woche.

Die gesteigerte Reichweite ist, neben einer eigenen erhöhten Postingfrequenz, insbesondere auch auf die Beteiligung anderer Akteure zurückzuführen. Neben städtischen Accounts (wie der durch KoM betreute @nuernberg_de IG-Account) nutzten insbesondere Hochschulen, Schulen, Unternehmen und auch lokale Influencerinnen den Hashtag und/oder die bereitgestellten Social Media-Vorlagen im Kampagnendesign. Insbesondere qualitativen Mehrwert brachte der Instagram-Wettbewerb #wirwählenmit, bei dem sich junge Menschen mit Bild- oder Videobeiträgen mit der Frage auseinandersetzten, warum die Europawahl wichtig ist. Verlost wurden Interrail-Tickets, die es zwei Nürnbergerinnen nun ermöglichen, die Vorzüge Europas zu „erreisen“.

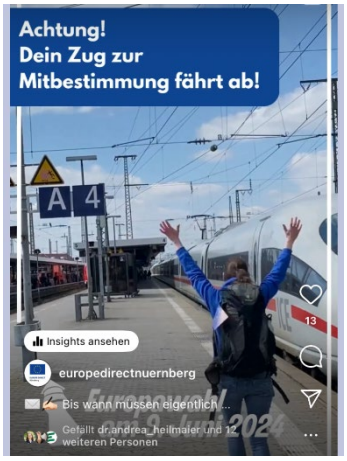
Bilder:[2]



[2] Accounts von links nach rechts: @marcuskoenignbg, @julia.lehner_buergermeisterin, @vogel_chr, @europedirectnuernberg, @nuernberg_engagiert, @annather_story, @noris.inklusion, @kulturwerkstatt_auf_aeg, @europedirectnuernberg.



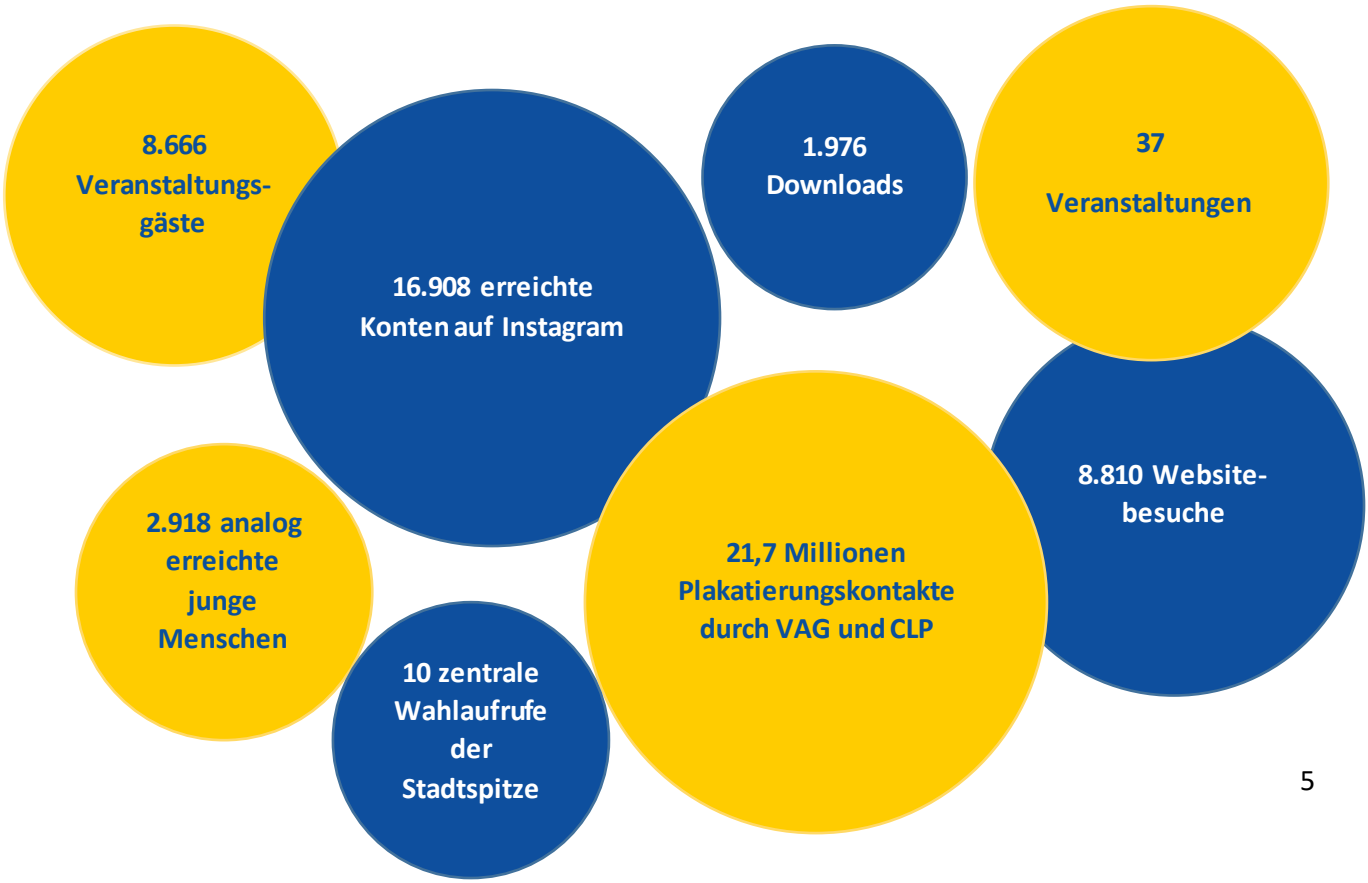




d) Eigene Veröffentlichungen in Form eines Handzettels mit den wichtigsten Informationen zur Europawahl, einem Veranstaltungsflyer, einem Infosheet für EU-Bürgerinnen und EU-Bürger und einem Pub-Quiz ergänzten das breite Informationsangebot der europäischen Institutionen. Das Material war auf der Website oder im Europabüro mit EUROPE DIRECT Nürnberg (Theresienstraße 9, 4. Stock) zu erhalten.

e) Auf der zentralen Website europa.nuernberg.de wurden während der siebenwöchigen Kampagnenlaufzeit von 17. April bis 9. Juni 2024 insgesamt knapp 9.000 Besuche registriert und knapp 2.000 Downloads getätigt. Im Vergleich zum normalen Dienstbetrieb von vor einem Jahr stellt dies eine deutliche Steigerung dar; hinsichtlich der Besuche ein Plus von 347 Prozent, hinsichtlich der Downloads ein Plus von 720 Prozent. Das Informationsangebot umfasste neben den Grundlagen zur Europawahl konkrete Informationen zum Wählen in Nürnberg, eine Toolbox für Lehrkräfte und Multiplikatoren, eine Seite zur Kampagnenbeteiligung sowie Informationen zur Wahl in Englischer und in Leichter Sprache.

3. Die Kampagne in Zahlen



4. Fazit

Die Kampagne „Nürnberg wählt Europa. Wählst du mit?“ setzte ein klares Zeichen für die Demokratie. Sie lebte von der Mitwirkung unterschiedlicher Akteure aus der Breite der Stadtgesellschaft im analogen sowie im digitalen Raum. Durch ihren ganzheitlichen Ansatz wurden Menschen unterschiedlicher Zielgruppen angesprochen. Es kann daher ein sehr positives Fazit zu Ablauf und Mehrwert der Gesamt-Kampagne gezogen werden.

Unabhängig von der tatsächlich gestiegenen Wahlbeteiligung ist die Kampagne bereits durch die erhöhte Aufmerksamkeit für europäische Themen und die Arbeit des Europabüros der Stadt Nürnberg mit EUROPE DIRECT Nürnberg als äußerst gewinnbringend zu bewerten. Die Anfragen und Beteiligungen in und um Nürnberg zeigten, dass das Interesse daran, die Europäische Union vor Ort sichtbar zu machen, auch über die Stadtgrenze hinaus, vorhanden ist. Der Bedarf eines zentralen EU-Ansprechpartners für Bürgerinnen und Bürger sowie Multiplikatoren in der Region hat sich wieder bestätigt. Das Unterstützungsangebot wurde insbesondere von Schulen und der Jugendarbeit aber auch zivilgesellschaftlichen Vereinen rege genutzt.

Viele nicht-städtische Akteure in und um Nürnberg haben im Vorfeld der Europawahl eine klar pro-europäische Stellung bezogen. Unternehmen, Behörden und Vereine wiesen innerhalb ihrer Zielgruppen auf den Wirkungsbereich der Europäischen Union und die Relevanz der eigenen Stimmabgabe hin. Viele Aktionen fanden unter dem Slogan #NürnbergWähltEuropa statt. Einige Aktionen nutzen einen eigenen zielgruppenspezifischen Slogan. Das grundsätzliche Anliegen der Kampagne, eine möglichst breite Öffentlichkeit über das Wahldatum der Europawahl zu informieren und zur Wahlbeteiligung zu motivieren, wurde umgesetzt.

Das europäische Engagement der Stadt Nürnberg wurde außerdem in gemeinsamen Aktionen mit der Bayerischen Staatskanzlei (Stopp der EUropaTour Bayern und Besuch von Staatsminister Eric Beißwenger) und dem Deutschen Städtetag (vgl. dessen Website) verdeutlicht sowie gegenüber der Europäischen Kommission und dem Europäischen Parlament sichtbar gemacht. Diese so gestärkte Sichtbarkeit der Stadt Nürnberg als engagierte pro-europäische Kommune wird künftig als wichtiger Grundpfeiler für die kommunale Europaarbeit dienen, ihre Interessensvertretung untermauern, um auch mittel- und langfristige Mehrwerte zu verstetigen.

Für die Stadt Nürnberg im Herzen Europas, Zuhause für Europäerinnen und Europäer und Profiteurin europäischer Partnerschaften ergab sich, dass ihren Bürgerinnen und Bürgern erstmals im Rahmen einer groß angelegten Kampagne die Ziele und der Mehrwert der Europäischen Union aufgezeigt wurden. Die daraus neu entstandenen oder intensivierten Verbindungen zu anderen Akteuren stellen dabei für die Stadt den größten Mehrwert dar. Einen Mehrwert, den es auch in den herausfordernden Zeiten über die Europawahl hinaus zu nutzen gilt.

