



universität
wien

MASTER-THESIS

Titel der Master-Thesis

Die Politisierung des Europawahlkampfes:
Europäische Spitzenkandidaten als Instrument
zur Schaffung und Etablierung
Europäischer Öffentlichkeit?

Verfasserin

Mag. Bernadette Maria Aichinger

angestrebter akademischer Grad

Master of European Studies (M.E.S.)

Wien, 2015

Universitätslehrgang:

Europäische Studien

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 992 959

Betreuer:

MMag. Dr. Peter Slominski

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	3
2. DIE DEBATTE UM EINE EUROPÄISCHE ÖFFENTLICHKEIT	5
2.1 Das Demokratiedefizit der Europäischen Union	10
2.1.1 Das Kommunikationsdefizit der Europäischen Union	15
2.1.2 Das Interessedefizit der BürgerInnen und dessen Konsequenzen	19
2.2 Hindernisse bei der Entwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit	21
2.2.1 Nationale Sichtweisen	21
2.2.2 Komplex, weit weg, langweilig	24
2.2.3 Sprachenvielfalt in Europa	26
2.3 Europäische Öffentlichkeit: Eine Definition	28
2.3.1 Europa diskutiert seine Probleme	29
2.3.2 Fazit: Zum aktuellen Stand einer Europäischen Öffentlichkeit.....	30
3. EUROPAAWAHLEN	34
3.1 Politische Parteien im Europäischen Parlament.....	35
3.2 Second-order Elections	38
3.2.1 Nationale Themen im Europawahlkampf	39
3.2.2 Geringe Wahlbeteiligung	41
3.2.3 Es steht nicht viel auf dem Spiel	42
3.3 Das Konzept der SpitzenkandidatInnen 2014.....	44
3.3.1 Personalisierung	46
3.3.2 Partizipation	47
3.3.3 Politisierung.....	48
3.4 Kritik am Konzept der SpitzenkandidatInnen	51
3.5 SpitzenkandidatInnen 2014: Ergebnisse erster wissenschaftlicher Analysen	53
4. RESUMÉ UND AUSBLICK	59
5. ABSTRACT	64
6. BIBLIOGRAPHIE.....	66
7. ANHANG	76
Lebenslauf.....	76

1. Einleitung

Das Europäische Parlament ist bisher die einzige direkt gewählte Institution der Europäischen Union. Die Wahlbeteiligung bei der ersten Direktwahl im Jahr 1979 betrug in den damals neun Mitgliedsstaaten insgesamt 61,99 Prozent. Bei den folgenden Europawahlen sank die Wahlbeteiligung kontinuierlich. So lag sie bei der bisher jüngsten Europawahl im Jahr 2014 in den derzeit 28 Mitgliedsstaaten bei insgesamt 42,61 Prozent. In der wissenschaftlichen Analyse werden verschiedene Gründe für die sinkende Wahlbeteiligung genannt. Hingewiesen wird in diesem Zusammenhang unter anderem auf eine bisher angeblich fehlende Europäische Öffentlichkeit (vgl. Schmitt/Hobolt/Popa 2015).

Die vorliegende Arbeit thematisiert den Zusammenhang von Demokratie, Europäischer Öffentlichkeit und WählerInnenmobilisierung bei Europawahlen. Dabei wird im Speziellen auf das Konzept der Europäischen SpitzenkandidatInnen eingegangen, welches erstmals bei der Europawahl 2014 zum Einsatz kam. Es handelte sich bei der Europawahl 2014 um die achte Direktwahl des Europäischen Parlaments. Sie fand zwischen Donnerstag, 22. Mai und Sonntag, 25. Mai 2014 statt.

Die Forschungsfragen lauten:

- Warum wird eine Europäische Öffentlichkeit als notwendig erachtet?
- Gibt es bereits Hinweise auf die Existenz einer Europäischen Öffentlichkeit?
- Welche Effekte wird dem Konzept der SpitzenkandidatInnen in den ersten wissenschaftlichen Analysen der Europawahl 2014 zugeschrieben?
- Sind europäische SpitzenkandidatInnen ein wirksames Instrument zur Schaffung und Etablierung Europäischer Öffentlichkeit?

Als Methode wurde eine Literaturrecherche angewandt. Dabei wurde darauf Wert gelegt möglichst neue Publikationen über die umfassende Debatte um eine Europäische Öffentlichkeit heranzuziehen, um ein weitgehend aktuelles Bild vom gegenwärtigen Entwicklungsstand einer Europäischen Öffentlichkeit zu erhalten, sofern die Frage nach ihrer Existenz bejaht werden kann.

Bei der Auseinandersetzung mit den ersten empirischen Befunden über die Effekte des Einsatzes der europäischen SpitzenkandidatInnen bei der Europawahl 2014 dienten ein TEPSA-Report (Trans European Policy Studies Association) aus dem Jahr 2014 sowie die wissenschaftliche Studie von Hobolt/Schmitt/Popa (2015) als zentrale Quellen (vgl. Kapitel 3.5).

Relevanz und Motivation

Die vorliegende Arbeit verbindet die breite Debatte um die Existenz einer Europäischen Öffentlichkeit mit dem bei der Europawahl 2014 erstmals zur Anwendung gekommenen Konzept der SpitzenkandidatInnen und dessen Auswirkungen. Es soll einerseits dargelegt werden, warum Europäische Öffentlichkeit als notwendig erachtet wird, in welchen Formen sie gegebenenfalls bereits existiert und ob durch das neue Konzept der SpitzenkandidatInnen die Schaffung und Etablierung einer Europäischen Öffentlichkeit vorangetrieben werden kann. Auch die Frage nach möglichen negativen Auswirkungen von mehr Öffentlichkeit in Europa wird in die Diskussion miteinbezogen.

Einigkeit herrscht darüber, dass die Einführung von europäischen SpitzenkandidatInnen bei der Europawahl 2014 vorwiegend auf drei Beweggründe zurückzuführen ist: Erstens um den Wahlen europaweit dieselben Gesichter zu verleihen (Personalisierung), zweitens um den Wettstreit zwischen den europäischen Parteien zu fördern (Politisierung), sowie um drittens die Partizipationsmöglichkeiten der Bevölkerung zu erhöhen, indem die BürgerInnen mit der Abgabe ihrer Stimme darauf Einfluss nehmen können, wer der/die nächste KommissionspräsidentIn werden soll. Erhoffte direkte Effekte dieses Konzepts waren die Steigerung der Wahlbeteiligung, die Transnationalisierung des Wahlkampfes sowie eine Zunahme der Medienberichterstattung über die Europawahlen. Die vorliegende Arbeit wird darauf eingehen, inwiefern diese Ziele erreicht werden konnten.

Der Einsatz der europäischen SpitzenkandidatInnen war 2014 eine völlig neue Entwicklung, deren langfristige Auswirkungen derzeit nicht abschätzbar sind. Einerseits werden an die Einführung der europäischen SpitzenkandidatInnen von jenen, die die damit verbundene Politisierung der Europawahlen schon lange gefordert haben, große Hoffnungen geknüpft, während andererseits über die zunehmende Politisierung des europäischen Systems eine ganze Reihe von Befürchtungen ausgedrückt wird. Es handelt sich dabei um eine bedeutende Debatte, da die möglichen Konsequenzen zunehmender Politisierung als weitreichend gelten und somit für die europäische Integration viel auf dem Spiel steht. Aus diesem Grund erscheint es wichtig, bereits vorhandene empirische Befunde und wissenschaftliche Einschätzungen über den ersten Einsatz der europäischen SpitzenkandidatInnen und deren Effekte gegenüberzustellen und vorsichtig zu bewerten. Dazu soll die vorliegende Arbeit einen Beitrag leisten.

2. Die Debatte um eine Europäische Öffentlichkeit

Über die Existenz einer Europäischen Öffentlichkeit gibt es in der wissenschaftlichen Literatur sehr unterschiedliche Auffassungen. Zudem liegt keine einheitliche Definition einer Europäischen Öffentlichkeit vor.

Die gängige These in der Kommunikationswissenschaft lautet: *„There is not one communication space in the making: there are plenty of them“* (Schwarzenegger 2010: 373). Zudem wird davon ausgegangen, dass sich Europäische Öffentlichkeit über die Europäisierung der nationalen Berichterstattung konstituieren kann (vgl. Woelke/Steininger/Maurer 2010: 44).

Die Geschichtswissenschaft versucht zu ermitteln, ob es zu verschiedenen Zeitpunkten der Geschichte bereits eine Europäische Öffentlichkeit gab:

„Erste Forschungen zum 19. Jahrhundert zeigen, dass es zumindest in der zweiten Hälfte europäische Teilöffentlichkeiten gab, die vor allem durch Zeitungen entstanden. Es war völlig üblich, dass Artikel, die etwa in der Londoner Times erschienen waren, übersetzt und in französischen oder deutschen Zeitungen reproduziert wurden“ (Thiemeyer 2010: 214).

Weitere Phasen der Entwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit nach Thiemeyer beinhalten das Entstehen europäischer Symbole und einer europäischen Kulturszene zwischen 1945 und Mitte der 1950er Jahre, die Entwicklung des Fernsehens zum Leitmedium von Mitte 1950er bis Mitte 1970er Jahre sowie seit Beginn der 1980er Jahre die Entwicklung einer „politischen europäischen Öffentlichkeit“ für welche unter anderem die Europäischen Gemeinschaften ausschlaggebend waren (vgl. Thiemeyer 2010: 214f). Thiemeyer nennt drei wesentliche Unterscheidungspunkte der Europäischen Öffentlichkeit gegenüber nationalen Öffentlichkeiten:

„Zum einen ist sie eine mehrsprachige Öffentlichkeit, wobei sich allerdings das Englische zunehmend als Referenzsprache entwickelt, gefolgt von Französisch und Deutsch. Zum Zweiten ist die europäische Öffentlichkeit eine zusammengesetzte Öffentlichkeit in dem Sinne, dass sie aus einer Vielzahl von nationalen Medien besteht. [...] Schließlich ist die europäische Öffentlichkeit, in stärkerem Maße als die nationalen Öffentlichkeiten, eine Eliten-Öffentlichkeit. Sie wird getragen von Journalisten,

Wissenschaftlern, Entscheidungsträgern in der Wirtschaft, Sportlern und von Politikern“ (Thiemeyer 2010: 215f).

Für Thiemeyer ist Europäische Öffentlichkeit daher keine Massenöffentlichkeit (vgl. 2010: 216).

In der Politikwissenschaft wird weitgehend vom Fehlen einer Europäischen Öffentlichkeit ausgegangen:

„Nur im nationalstaatlichen Kontext existiert eine einigermaßen funktionierende politische Öffentlichkeit und politische Auseinandersetzung, die – massenmedial vermittelt – eine politische Identität zwischen den Bürgerinnen und Bürgern des Nationalstaates herstellt, sodass politische Entscheidungen der (parlamentarischen) Mehrheit auch von der Minderheit grundsätzlich akzeptiert wird“ (Pollak/Slominski 2012: 186).

Grimm (vgl. 1995: 294f) sieht keinerlei Chance für die Europäisierung des Kommunikationssystems, für ihn sind die Aussichten auf die Europäisierung des Kommunikationssystems „absolut nichtexistent“. Er betont darüber hinaus, dass ein europäisiertes Kommunikationssystem keinesfalls mit der Zunahme an Berichterstattung über europäische Themen in nationalen Medien verwechselt werden dürfe, da diese Berichte an ein nationales Publikum gerichtet seien und damit an nationale Sichtweisen und Kommunikationsgewohnheiten gebunden blieben.

Zwei Modelle: Vorstellungen von einer Europäischen Öffentlichkeit

Für die Entwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit gibt es zwei verschiedene Vorstellungen: Einerseits das Modell der staatenübergreifenden Europäischen Öffentlichkeit und andererseits das Modell der Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten (vgl. Leutgeb 2007: 89). Für die erste Variante stellt vor allem die Sprachenvielfalt in Europa ein gewaltiges Hindernis dar (vgl. Kapitel 2.2.3). Diese spielt bei der zweiten Modellvariante keine Rolle, da eine Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten dann vorliegt, wenn die Thematisierung *„europäischer Themen und Akteure in den nationalen Öffentlichkeiten zu erkennen ist“* (Leutgeb 2007: 90). Europäische Öffentlichkeit dürfe demnach aber nicht als einheitliches Kollektiv im nationalstaatlichen Sinn, sondern als Vernetzung vieler europäisierter nationaler Teilöffentlichkeiten verstanden werden (vgl. Leutgeb 2007: 90).

Funktionen einer Europäischen Öffentlichkeit

Bei der Auseinandersetzung mit der kontroversen Diskussion um eine Europäische Öffentlichkeit stellt sich die Frage, aus welchen Gründen eine Europäische Öffentlichkeit überhaupt als bedeutend erachtet wird. Es erscheinen dabei drei Funktionen als zentral: Informations-, Kommunikations- und Transparenz-/Kontrollfunktion. Eriksen formuliert dies wie folgt:

„A public sphere has problem-solving functions as it increases the level of information and understanding between co-operators, but more importantly, it is a sphere of political justification intrinsic to democracy“ (Eriksen 2004: 1).

Das Fehlen einer Europäischen Öffentlichkeit wird in der wissenschaftlichen Debatte in engem Zusammenhang mit einem Demokratiedefizit – sowie in weiterer Folge eines Kommunikationsdefizits – der Europäischen Union verstanden:

„The debate surrounding a ‚democratic deficit‘ of the EU is not only of particular importance when debating the legitimacy and level of acceptance of an organisation, but also lies at the core of the debate on the ‘European Public Sphere’ and the question of how to communicate Europe to its citizens. Some scholars have argued that the European Union’s ‘communication deficit’ is a direct result of the Union’s ‘democracy deficit’ and unless this democratic deficit was overcome, the task of communicating Europe to the general public would be bound to remain a fruitless undertaking“ (Spanier 2012: 45).

Im folgenden Abschnitt werden die Informations-, Kommunikations- und Transparenz-/Kontrollfunktion einer Europäischen Öffentlichkeit dargestellt. Anschließend thematisieren Kapitel 2.1 und Kapitel 2.1.1 die Debatten um das Demokratie- sowie das Kommunikationsdefizit der Europäischen Union.

I. Informationsfunktion

Ein Mehr an Europäische Öffentlichkeit – gemeint ist hier ein Mehr an Berichterstattung über europapolitische Themen – wird oftmals gefordert um bei den BürgerInnen einen adäquaten Informationsstand über die Europäische Union zu erreichen (vgl. Woelke/Steininger/Maurer 2010: 41). Die dahinterliegende Annahme lautet, dass ein höherer Informationsstand der BürgerInnen bei der Bewältigung EU-feindlicher Kampagnen hilfreich und einem positiveren EU-Bild der BürgerInnen zuträglich sein sollte (vgl. Woelke/Steininger/Maurer 2010: 42). Damit wird Medien ein Bildungsauftrag zuggeschrieben. Erreicht werden kann dieses Ziel

freilich nur dann, wenn die Berichterstattung größtmögliche Objektivität und Qualität aufweist.

Allerdings ist auch auf die Möglichkeit hinzuweisen, dass ein höherer Informationsstand der BürgerInnen eventuell zu weniger Unterstützung für die europäische Integration führen könnte. Denn ein besseres Verständnis darüber, wer beispielsweise weniger als andere von der wirtschaftlichen Integration profitiert, könnte eine zunehmend stärkere Ablehnung des Europäischen Projekts mit sich bringen (vgl. Hix/Høyland 2011: 124).

II. Kommunikationsfunktion

Diese „Europe talks to Europe“-Funktion einer Europäischen Öffentlichkeit beinhaltet die (mediale) Kommunikation und Diskussion europapolitischer Themen zur Förderung des Verständnisses zwischen den Menschen in den verschiedenen Mitgliedsstaaten. Öffentliche Kommunikation wird benötigt zur Aushandlung der Wirklichkeitskonstruktionen, Regeln und Normen, auf denen der Verständigungsprozess einer Gesellschaft beruhen (vgl. Pfetsch/Heft 2009: 36). Diese Gesellschaft besteht im Fall der Europäischen Öffentlichkeit aus den Menschen in 28 Mitgliedsstaaten¹ der Europäischen Union. Eine Europäische Öffentlichkeit trägt somit im Idealfall zur Stärkung eines Zusammengehörigkeitsgefühls der EuropäerInnen bei. Voraussetzung dafür ist gegenseitiges Interesse, das bei optimistischer Betrachtung von der sogenannten „Euro-Generation“ zunehmend zu erwarten ist:

„Entwicklungen wie das Erasmus-Austauschprogramm, das Aufkommen von Billigfluglinien, das Schengen-Abkommen, oder die Einführung des Euro haben für diese Generation ‚das Überschreiten von nationalen Grenzen selbstverständlicher und weniger spürbar gemacht‘. Diese immer größer werdende Generation denkt immer stärker europäisch und betrachtet ‚Europa zunehmend als ihren natürlichen Lebensraum‘, was die Hoffnung auf eine kontinuierliche europäische Öffentlichkeit nährt [...]“ (Deter 2006: 20)².

¹ Baisnée (vgl. 2007: 500f) wirft die provokante Frage auf, ob sich eine Europäische Öffentlichkeit gleichförmig zur Europäischen Union erweitere. Er verweist unter anderem darauf, dass sie auch AkteurInnen einschließen könne, die außerhalb der offiziellen Grenzen der Europäischen Union zu finden sind. (Vgl. Fußnote 8).

² Deter zitiert aus einem wissenschaftlichen Experteninterview mit Tobias Troll, Chefredakteur (2004-2005) der deutschen Ausgabe des europäischen Online-Magazins *café babel*. Zur Onlineplattform: www.cafebabel.de (abgerufen am 13. Juli 2015).

Die Erfüllung von Informations- und Kommunikationsfunktion einer Europäischen Öffentlichkeit trägt zur Meinungsbildung der europäischen BürgerInnen bei. Zu unterscheiden sind vertikale und horizontale Prozesse in einer europäisierten Öffentlichkeit:

„Research in this area recognises the media as key information sources for the public’s opinion formation and to the emergence of a Europeanised public sphere that entails both vertical and horizontal processes. While the vertical process deals with the media’s attention to Brussels and EU institutions, the horizontal consists of media coverage of events and debates in other Member States“ (Touri/Rogers 2013: 175f).

Koopmans/Erbe unterscheiden drei Formen der Europäisierung von öffentlicher politischer Kommunikation: Erstens sprechen sie von supranationaler europäisierter Kommunikation in welcher europäische Institutionen und kollektive AkteurInnen rund um europäische Themen miteinander interagieren. Zweitens entsteht vertikale Europäisierung durch die Kommunikationsverbindungen zwischen nationalen und europäischen AkteurInnen (sowohl bottom-up als auch top-down) und drittens wird horizontale Europäisierung durch Kommunikationsverbindungen zwischen verschiedenen Mitgliedsstaaten geschaffen, wenn entweder in einer schwachen Variante Medien einfach über die Debatten eines anderen Landes berichten, oder in einer stärkeren Variante die AkteurInnen oder Themenfelder eines anderen Mitgliedsstaats in der Berichterstattung explizit adressiert werden. (Vgl. Koopmans/Erbe 2003: 25).

III. Transparenz-/Kontrollfunktion

Zuletzt darf bei der Frage nach den Funktionen einer Europäischen Öffentlichkeit auch der Hinweis auf den demokratiepolitischen Wert der journalistischen Arbeit auf europäischer Ebene nicht fehlen. Diese sichert den BürgerInnen einen Zugewinn an Transparenz sowie Kontrolle der politischen Geschehnisse in den EU-Institutionen. JournalistInnen stellen im Idealfall³ ein Sprachrohr zwischen den BürgerInnen und den handelnden Personen in Brüssel, Straßburg, Luxemburg, Frankfurt sowie den Hauptstädten der Mitgliedsstaaten dar, indem sie PolitikerInnen Fragen stellen und von ihnen Antworten einfordern können. Zudem interpretieren sie (bisher vorwiegend in nationalen Kontexten) aktuelle politische Ereignisse und reduzieren für ihre RezipientInnen dadurch Komplexität.

Nicht nur Vermittler, sondern auch Akteur

Bei der Auseinandersetzung mit den Funktionen transnationaler Medienkommunikation gilt es darüberhinaus miteinzubeziehen, dass Medien nicht nur als Vermittler, sondern auch als

³ Vgl. Kritik in Kapitel 2.1.1

eigenständige Akteure in Europäisierungsprozessen wirken. Diese Akteursrolle kann in mehrfacher Hinsicht wahrgenommen werden: Erstens sind Medien in der Lage Themen Relevanz zu geben (Agenda-setting) und etwa europaskeptische oder europafreundliche Interpretationsrahmen zu stärken. Zweitens können sie gezielt transnationale Perspektiven in der Berichterstattung fördern, indem sie in Debatten verschiedene europäische AkteurInnen zu Wort kommen lassen und drittens können sich Medien – so wie Pfetsch/Heft es formulieren – *„als ‚Agenten‘ Europäischer Öffentlichkeit erweisen, indem sie in ihren Kommentaren als Unterstützer des Europäischen Integrationsprojekts auftreten“* (Pfetsch/Heft 2009: 38). (Vgl. Pfetsch/Heft 2009: 38).

2.1 Das Demokratiedefizit der Europäischen Union

Die Debatte um eine Europäische Öffentlichkeit ist eng verbunden mit der Debatte um das Demokratiedefizit der Europäischen Union. Dieses wird besonders umfassend seit dem Vertrag von Maastricht diskutiert (vgl. Grimm 1995: 283; vgl. Pollak/Slominski 2012: 173). Follesdal/Hix weisen auf die Vielzahl von verschiedenen Meinungen zu diesem Thema hin:

„There is no single meaning of the ‚democratic deficit‘. Definitions are as varied as the nationality, intellectual positions and preferred solutions of the scholars or commentators who write on the subject“ (Follesdal/Hix 2006: 534).

Eine entscheidende Rolle in dieser Debatte spielt die jeweils zu Grunde liegende Definition von Demokratie. In der Wissenschaft sind zahlreiche Demokratiemodelle bekannt. Es gibt bis zu 500 verschiedene Adjektive, die mit Demokratie in Verbindung gebracht werden können wie beispielsweise direkte Demokratie, repräsentative Demokratie, deliberative Demokratie, kommunitäre Demokratie, etc.

Output und Input

Unterschieden wird in der „komplexen Demokratietheorie“ zwischen Output und Input. Der Output der Europäischen Union, welcher sich auf die Qualität des Regierens bzw. auf die messbaren Ergebnisse des Regierens bezieht, kann als Erfolgsmodell gewertet werden. Als Beispiele für diesen Erfolg gelten die Kriegsvermeidung zwischen den Mitgliedsstaaten, der erreichte wirtschaftliche Wohlstand sowie die demokratische Stabilität der Mitglieder und der Vorbildwirkung auf Beitrittskandidaten. Demokratische Legitimität darf sich allerdings nicht allein auf positiven Output beschränken, da auch eine monarchische oder technokratische Herrschaft ohne Bürgerbeteiligung gute Ergebnisse hervorbringen kann. (Vgl. Pollak/Slominski 2012: 184).

Der Input bezieht sich auf die Beteiligung der BürgerInnen am Politikprozess – verbunden mit einer starken Rolle der Medien als Verbindungsglied zwischen BürgerInnen und PolitikerInnen. Slominski/Pollak (2012: 184) urteilen: *„In dieser Hinsicht muss der Europäischen Union ein Demokratiedefizit konstatiert werden.“*

Die breite Debatte um das Demokratiedefizit der Europäischen Union ist Thema unzähliger Publikationen und kann hier nicht detailliert in allen Facetten dargestellt werden. Exemplarisch werden daher die Argumente von Hix/Høyland (vgl. 2011: 132f) für das Demokratiedefizit der Europäischen Union angeführt. Die beiden Autoren definieren sie als die aktuelle „Standardversion“ des Demokratiedefizits, welche allerdings in der wissenschaftlichen Debatte nicht universell akzeptiert werde:

1. *Increased executive power-decreased national parliamentary control.*
2. *The European Parliament is too weak.*
3. *There are no ‚European‘ elections.*
4. *The EU is too distant.*
5. *Policy drift.*

Für die vorliegende Arbeit sind in Bezug auf die Auseinandersetzung mit den Auswirkungen des Konzepts der SpitzenkandidatInnen auf die Schaffung und Etablierung einer Europäischen Öffentlichkeit, allem voran die von Hix/Høyland für das Demokratiedefizit oben angeführten Punkte Nummer drei und vier von Bedeutung.

Setzt man voraus, dass der Wettbewerb um WählerInnenstimmen im Demokratieprozess eine zentrale Rolle zu spielen hat, so muss man schlussfolgern, dass es in der Europäischen Union ein Demokratiedefizit gibt. So argumentierte Hix im Jahr 2008 – vor der Einführung des Konzepts der europäischen SpitzenkandidatInnen bei Europawahlen – dass es trotz freier und fairer Europawahlen keine Verbindung zwischen dem Wahlergebnis und den politischen Entscheidungen in Europa gebe:

“The EU meets all procedural requirements to be considered a democratic polity. A basic requirement of the treaties is that the member states must be representative democracies, have free and fair elections, and promote freedom of expression and association. Citizens are represented in the EU’s institutions: directly in the European Parliament, and indirectly in the Council and Commission. Citizens are free to stand in European Parliament elections, and these elections are free and fair. However, the EU falls well short of the substantive requirements, since there is no electoral contest for political leadership at the European level or over the direction of the EU policy agenda“ (Hix 2008: 77).

Freie und faire Wahlen allein gelten demnach nicht als ausreichend, solange politischer Wettbewerb fehlt und durch die Stimmabgabe der BürgerInnen keine politischen Veränderungen hervorgerufen werden können:

“It is not enough to have representative institutions and free and fair elections if these elections are uncontested or do not change political outcome“ (Hix 2008: 76).

Als problematisch gelten daher nach Hix die „second-order“-Kategorie von Europawahlen (vgl. Kapitel 3.2), der fehlende Wettbewerb⁴ zwischen den Parteien und der fehlende direkte Einfluss der WählerInnen auf die personelle Besetzung der elitären Führungspositionen in der Europäischen Union:

“[...] in substantive terms – where the substance of democratic politics is a competition between rival elites for political power which allows citizens to make educated choices about who should govern them and the direction of the policy agenda – the EU is far from democratic. National government elections are about national issues, fought by national parties, and about who controls national government office. European Parliament elections, moreover, are by-products of these national electoral contests: fought on domestic issues rather than the EU policy agenda or executive officeholders at the European level. In no sense, therefore, can Europe’s voters choose between rival policy programmes for the EU or ‘throw out’ those who exercise political power at the European level” (Hix/Hoyland 2011: 158).

Das fehlende Verbindungsglied: Die Europäische Öffentlichkeit

Grimm warnte bereits im Jahr 1995 davor Demokratie mit Parlamentarismus gleichzusetzen, da der parlamentarische Prozess für sich allein kein Garant für demokratische Strukturen sei. Essentiell sei eine Verbindung zwischen dem Staat und den Interessen der BürgerInnen. Zur Herstellung dieser Verbindung bedarf es der Kommunikation über Massenmedien. Davon lässt sich ableiten, dass Europäische Öffentlichkeit eine unverzichtbare Voraussetzung für die Behebung des Demokratiedefizits darstellt:

“The links between the individual, social associations and the State bodies are maintained chiefly by the communication media, which create the public needed for any general opinion forming and democratic participation at all” (Grimm 1995: 293).

⁴ Auf die Risiken einer Politisierung der Europäischen Union geht Kapitel 3.3.3 ein.

Habermas verweist darauf, dass die „*wilden Kommunikationsflüsse einer von Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit*“ (Habermas 2008: 136) nicht zur Abarbeitung der relevanten Themen führen, wie es in Gerichten oder in parlamentarischen Ausschüssen der Fall sei. Dies sei nicht nötig, da es lediglich darum gehe, dass politische Öffentlichkeit die Aufgabe eines Verbindungsglieds zu erfüllen habe:

„Sie vermittelt zwischen den institutionalisierten Diskursen und Verhandlungen in staatlichen Arenen auf der einen, den episodischen und informellen Alltagsgesprächen potentieller Wähler auf der anderen Seite“ (Habermas 2008: 136).

Grimm betont, dass solange eine solche Verbindung nicht vorhanden sei, ein Demokratiedefizit vorliege:

“The democratic nature of a political system is attested not so much by the existence of elected parliaments, which is today guaranteed almost everywhere, as by the pluralism, internal representativity, freedom and capacity for compromise of the intermediate area of parties, associations, citizens’ movements and communication media. Where a parliament does not rest on such a structure, which guarantees constant interaction between people and State, democratic substance is lacking even if democratic forms are present” (Grimm 1995: 293).

Zusammengefasst wird der Europäischen Union demnach ein „incongruity problem“⁵ attestiert. Gemeint ist damit die Lücke zwischen jenen, die regieren und jenen, die regiert werden sowie die Tatsache, dass es scheint als würde es zwischen diesen beiden Sphären keine wirksame Verbindung geben (vgl. Spanier 2012: 47).

Eriksen als ein Vertreter einer deliberativen Demokratietheorie⁶ verweist auf die Wichtigkeit der Verbindung zwischen Gesellschaft und den Machtstrukturen des Staates und identifiziert dabei die Öffentlichkeit als jenen Ort, an dem diese Verbindung hergestellt werden kann:

“The public sphere is the place where civil society is linked to the power structures of the state. The public sphere is the basis for deliberative politics because it is here that the power must find its justification” (Eriksen 2004: 29).

⁵ „Nichtübereinstimmungsproblem“

⁶ Die deliberative Demokratietheorie fordert die Beteiligung möglichst vieler BürgerInnen bzw. der Zivilgesellschaft: Optimale Politikgestaltung soll durch Debattieren, Argumentieren und Überzeugen zu Stande kommen (vgl. Pollak/Slominski 2012: 188).

Die umfassende Debatte um das Demokratiedefizit führte zu Verbesserungsversuchen zur Behebung des europäischen Demokratiedefizits. Diese Vorschläge werden

„[...] im Allgemeinen aus der Logik des Nationalstaates übernommen und in der Gleichung Parlamentarisierung ist gleich Demokratisierung ausgedrückt. Die Voraussetzungen dieser Gleichung – transparente Entscheidungsstrukturen, Öffentlichkeit, intermediäre Akteure und die Möglichkeiten, die politischen Entscheidungsträger zur Rechenschaft zu ziehen – sind auf europäischer Ebene aber nur rudimentär ausgebildet“ (Pollak/Slominski 2012: 174).

Drei Sichtweisen auf das Demokratiedefizit

Shackleton fasst drei unterschiedliche Sichtweisen auf die demokratischen Versäumnisse der Europäischen Union zusammen. Die erste Perspektive, benannt als „no demos“-Thesis, besagt, da die europäische Bevölkerung nicht auf dieselbe Weise miteinander verbunden ist, wie es nationale Gemeinschaften sind – also da kein europäischer Demos existiert – könne es auch keine Demokratie auf europäischer Ebene geben. Von diesem Blickwinkel aus, erscheine das Europäische Parlament als eine teure Irrelevanz (vgl. Shackleton 2012: 140).

Die zweite von Shackleton angeführte Perspektive auf das Demokratiedefizit der Europäischen Union besagt, dass das EU-System weniger Konsens und mehr Politisierung benötige um demokratischer zu werden. Aus diesem Grund werde gefordert, dass in Europawahlen kohärente europäische Parteien gegeneinander antreten sollten, um den WählerInnen verschiedene europapolitische Programme anzubieten.

In einer dritten Sichtweise wird Anerkennung dafür gefordert, was die Europäische Union bereits in Bezug auf die Etablierung eines demokratischen, europäischen Systems geschafft hat. Vor dem Hintergrund der zahlreichen gegensätzlichen Interessen, die innerhalb der Europäischen Union permanent aufeinander treffen, sei der demokratische Mehrwert des Systems bei der gemeinsamen Suche nach Kompromissen zu sehen. (Vgl. Shackleton 2012: 140ff).

Überzeugt davon, dass ein demokratisches „Projekt Europa“ aufgrund der von Shackleton genannten „no demos“-Thesis nicht einfach resignierend aufgegeben werden darf, sowie ausgehend von der Auffassung, dass der demokratische Mehrwert auf europäischer Ebene nicht nur die Suche nach Kompromissen sein darf, wird Kapitel 3 der vorliegenden Arbeit den zweiten von Shackleton angeführten Punkt – die Politisierung des europäischen Systems – aufgreifen. Konkret wird auf die Politisierung des Europawahlkampfes durch den Einsatz des Konzepts der SpitzenkandidatInnen eingegangen.

Zusammenfassend lässt sich festgehalten, dass einer Europäischen Öffentlichkeit folgende Aufgaben zugeschrieben werden, welche für die Behebung des Demokratiedefizits notwendig erscheinen: Erstens die Herstellung einer Verbindung zwischen den europäischen EntscheidungsträgerInnen und den BürgerInnen sowie zweitens die Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls der EuropäerInnen als Beitrag zur Entwicklung eines Europäischen Demos. Leutgeb (2007: 89) formuliert dies mit folgenden Worten:

„Öffentlichkeit spielt jedoch nicht nur beim Prozess der politischen Meinungs- und Willensbildung eine große Rolle – indem die unterschiedlichen sozialen Interessen vertreten werden –, sondern sie leistet auch einen Beitrag zur Bildung von Identität, da die Bürger über die (mediale) Öffentlichkeit die Gesellschaft beobachten und sich damit identifizieren können. Die Generierung einer Europäischen Öffentlichkeit ist daher nicht nur aus politischdemokratischer, sondern auch aus gesellschaftlich-integrativer Sicht notwendig.“

2.1.1 Das Kommunikationsdefizit der Europäischen Union

Weit verbreitet und eng verbunden mit der Debatte um das Demokratiedefizit der Europäischen Union ist die Debatte um ein Kommunikationsdefizit der Europäischen Union. Es liegt auch dafür keine einheitliche Definition vor:

“Although it has been referred to frequently, it is not entirely clear which shortcoming this deficit attempts to label: a shortcoming of communicative processes within the institutions? A lack of communication with the various stakeholders in the policy process? A deficit in understanding between European government structures and the European citizens?” (Spanier 2012: 21).

Im Kontext der vorliegenden Arbeit erscheint es sinnvoll den Vorwurf des Kommunikationsdefizits in Bezug auf den kommunikativen Austausch zwischen EU-Institutionen und UnionsbürgerInnen in den Mittelpunkt der Auseinandersetzung zu stellen. Das aktive Bemühen um direkten BürgerInnenkontakt ist seit dem Vertrag von Lissabon durch die „Europäische Bürgerinitiative“ (EBI) erklärte Absicht der Kommission. Die Initiative wurde gestartet um die BürgerInnen stärker an der Bestimmung der politischen Ziele der EU zu beteiligen. Die Kommission gibt dazu bekannt:

„Durch die EBI können Bürger sich direkt an die EU-Organe wenden, um wichtige Fragen auf europäischer Ebene zu erörtern. Dadurch soll auch die demokratische Legitimität der Union weiter gestärkt werden. Die Kommission misst der EBI hohe

Bedeutung zu und will, dass dieses Instrument funktioniert und sein volles Potenzial entfalten kann“ (Europäische Kommission 2015a: 2).

Bei EU-BürgerInnenendialogen sucht die Juncker-Kommission seit Jänner 2015 das direkte Gespräch mit den BürgerInnen in allen Mitgliedsstaaten. Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker forderte in „Mission Letters“ alle KommissarInnen im September 2014 dazu auf in den Dialog mit den BürgerInnen zu treten⁷. Erschwert werden die öffentliche Diskussion europapolitischer Themen durch den weitgehend äußerst geringen Wissensstand der BürgerInnen über die Europäischen Institutionen sowie ein negatives Image der Europäischen Union. Bereits seit den frühen 1990ern versucht die Europäische Union durch Informations- und Aufmerksamkeitskampagnen, den Wissensstand der BürgerInnen zu erhöhen. Der Erfolg dieser Maßnahmen wird als gering eingeschätzt:

“Research on EU promotional campaigns suggests that over a period of four years of EU campaigning no significant changes took place in terms of improving the image and the trust in the EU institutions“ (Spanier 2012: 22).

Europäische Union forciert eine Europäische Öffentlichkeit

Laut Brüggemann (vgl. 2005) werde sichtbar, dass die Europäische Union durch die Ausrichtung ihrer Informationspolitik Bestrebungen zeige, ihrerseits an der Konstruktion einer Europäischen Öffentlichkeit mitzuwirken. Er identifiziert sieben Strategien in der Informationspolitik der Europäischen Union, die zur Erreichung dieses Ziels beitragen könnten und nennt folgende Punkte:

“1. Information campaigns aim at more talk about the EU. 2. By pursuing strategies of agenda setting they attempt to make people discuss the same topics at the same time. 3. By framing topics in the same way and trying to activate the same networks in all member states, EU information policies hint at developing similar camps and frames in national debates in different countries. 4. A European public (‘we’) is promoted with cultural and language policies. 5. Information material and the presswork of the Commission foster the transnational circulation of certain arguments in all EU countries. 6. A rising effort is put into helping transnational media such as Euronews. 7. Transnational speakers are present in the form of the EU-personnel itself but the EU also mobilises speakers who are willing to talk on European topics from a European perspective (‘Team Europe’)“ (Brüggemann 2005: 70).

⁷ “[...] President Juncker called on the College to be ‘politically active in the Member States and in dialogues with citizens’” (European Commission 2015b).

Während diese Strategien einerseits als positive Maßnahmen der Europäischen Union zur Bekämpfung des ihr vorgeworfenen Kommunikationsdefizits gegenüber der Bevölkerung eingeschätzt werden können, so muss andererseits vor der unreflektierten medialen Verbreitung von PR-Texten der EU-Institutionen gewarnt werden. JournalistInnen und Medienredaktionen werden täglich mit einer Flut von den in den EU-Institutionen generierten Informationen und Bildern übersorgt. So berichtet ein österreichischer Auslandskorrespondent von der täglichen Informationslawine:

„Der Brüsseler Journalistenalltag kennzeichnet sich in erster Linie, wie ein österreichischer Kollege einmal meinte, ‚durch das Wegschmeißen von Papier‘. Hier könnte man ergänzen: durch das Drücken der ‚Entfernen-Taste‘ auf dem Computer. Journalisten gehen in Brüssel in einer Informationsflut unter. Selbst in Zeiten der elektronischen Kommunikation stapeln sich innerhalb von Tagen und Stunden Aussendungen, Broschüren, Dokumente auf den Bürotischen der Schreibenden oder der elektronischen Zunft“ (Jungwirth 2004: 137).

Damit zeigt sich seit Jahren ein starker Trend zur Öffnung der Europäischen Union für die Medien und zur Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit der verschiedenen europäischen Institutionen (vgl. Kantner 2007: 221f). Dies birgt die Gefahr, dass der europapolitische Journalismus zum Sprachrohr der institutionellen SprecherInnen werden könnte (vgl. Kantner 2007: 220). Als „beunruhigende Tendenz“ nennt Kantner die Dominanz der institutionellen Akteure in der europäischen Kommunikation. Problematisch sei, dass sich die Berichterstattung stark auf das verlasse, was institutionelle AkteurInnen verkünden:

„Kritisch lässt sich auf der Grundlage empirischer Daten festhalten, dass die europapolitische Kommunikation in der europäischen Presse ebenso exekutivlastig wie das politische System der EU ist“ (Kantner 2007: 220).

KritikerInnen erkennen darüber hinaus die Aufgaben des Europäischen Presseservices, der täglichen Pressekonferenzen sowie des Eurobarometers darin, eine öffentliche Meinung zu generieren:

“[...] the main purpose of the Eurobarometer is to measure and publish a public opinion in order to create one“ (Baisnée 2007: 499).

Ziel und Zweck der Eurobarometer-Umfragen sei nach Baisnée die Schaffung einer öffentlichen Meinung, indem diese gemessen und publiziert werde. Die Idee, dass die

BürgerInnen in verschiedenen Ländern gemeinsame Interessen und Einstellungen miteinander teilen könnten, sei das Herz der Legitimation des politischen Projekts der Europäischen Union. Daher sei ein Verständnis von Europäischer Öffentlichkeit, welches beinhalte, dass diese Öffentlichkeit alle BürgerInnen umfasse⁸ und es die Pflicht der nationalen Presse sei über den politischen Prozess der Europäischen Union zu informieren, im Sinne der Europäischen Union (vgl. Baisnée 2007: 499).

Kommunikation am liebsten für elitäre Medien

Die Ergebnisse einer Befragung von SprecherInnen der Kommission legen zudem nahe, dass KommissarInnen in erster Linie Berichterstattung in elitären Medien anstreben und dabei die Bedeutung der breiten Berichterstattung übersehen:

“[...] spokespersons frequently mentioned that their respective Commissioners counted it as one of the spokespersons highest achievements if the Commissioners appeared in elite media such as the Financial Times” (Spanier 2012: 151).

Viele europäische EntscheidungsträgerInnen haben meist gar kein großes Interesse daran, vor TV-Kameras zu treten. So ist anzunehmen, dass die TV-Berichterstattung über EU-Themen zunehmen würde, wenn die europäischen Institutionen ihre Kommunikation besser für das Fernsehen aufbereiten würden, beispielsweise durch:

“[...] media-trained Commissioners with an ability to speak in sound-bites and to explain complicated EU policy in simple terms” (Spanier 2012: 151).

Da die Informationsbereitstellung der Europäischen Union lange auf die Kommunikation mit einem ExpertInnenpublikum ausgerichtet war, gilt der Kommunikationsstil der Europäischen Union immer noch als technisch und schwer verdaulich (vgl. Spanier 2012: 152).

Informationen, die niemand „abholt“

Zuletzt ist in Bezug auf das durch die Europäische Union bereitgestellte Informationsangebot jedenfalls ein großes Paradox zu erkennen: Einerseits wird auf verschiedensten Plattformen eine riesige Fülle an Informationen zur Verfügung gestellt, welche offensichtlich kaum genutzt wird, während andererseits die Bevölkerung bei Umfragen angibt, dass sie sich über EU-Themen wenig informiert fühle (vgl. Spanier 2012: 65). Wenn sich nun Politik und Medien

⁸ Realistischer sei nach Baisnée jedoch folgende Definition: *“To summarize, it is much more plausible that the public of the EU is: (1) sectoral, (2) socially highly selective and (3) might include actors that are not located within EU official borders” (Baisnée 2007: 501).*

gegenseitig beschuldigen für das Kommunikationsdefizit der Europäischen Union verantwortlich zu sein und die fehlende Verbindung zwischen den europäischen Polit-Eliten und der Bevölkerung bedauern, muss letztendlich festgehalten werden, dass es sich bei politischer Partizipation um ein interaktives Spiel handelt, bei welchem drei Kräfte – Politik, Medien und BürgerInnen – zusammenspielen müssen:

“[...] for the emergence of a European discourse the political system can contribute via institutional reforms that promote opportunities for participation and responsiveness, the media system by providing a public platform for debate, criticism and control, and, not least, the European citizens through their interest and general willingness to participate” (Spanier 2012: 144).

Zur Behebung des Kommunikationsdefizits der Europäischen Union bedarf es demnach nicht nur Anstrengungen seitens der europäischen Institutionen und der Medien, sondern auch dem Willen und Interesse der BürgerInnen.

2.1.2 Das Interessedefizit der BürgerInnen und dessen Konsequenzen

Eine Eurobarometer-Umfrage des Europäischen Parlaments⁹ aus dem Jahr 2013 bestätigt zwar den Trend, dass die Europäische Union immer stärker von den BürgerInnen wahrgenommen wird (vgl. Europäisches Parlament 2013: 3), belegt aber andererseits auch, dass ein großer Teil der BürgerInnen kein Interesse an europapolitischen Themen bekundet:

„Eine absolute Mehrheit der befragten Teilnehmer erklärt, keinerlei Interesse an europapolitischen Themen zu haben. Etwas mehr als vier von zehn Befragten zeigen sich jedoch interessiert. Eine deutliche Mehrheit ist jedoch der Meinung, dass die Bürger bis 2025 stärker als heute in europäische Belange einbezogen sein werden“ (Europäisches Parlament 2013: 5).

Dieses „Interessedefizit“ an europäischer Politik, das bei einem großen Anteil der Bevölkerung herrscht, ist in die Diskussion um eine Europäische Öffentlichkeit miteinzubeziehen. Es verdeutlicht nämlich, dass es völlig unrealistisch ist zu erwarten – wie

⁹ Die Eurobarometer-Umfrage mit dem Titel „Ein Jahr vor den Europawahlen 2014“⁹ zielte drauf ab Erkenntnisse darüber zu liefern, wie „die Europäer das europäische Projekt, die Europäische Union und die Zukunft nach den Europawahlen vom 22. bis 25. Mai 2014“ im Umfragezeitraum Juni 2013 wahrnahmen. Befragt wurden 27.624 europäische BürgerInnen aus den EU28 (vgl. Europäisches Parlament 2013: 2).

es im Besonderen das Modell der staatenübergreifenden Europäischen Öffentlichkeit fordert – dass ein europaweites Medium, welches sich ausschließlich auf Europapolitik-Berichterstattung konzentriert, in absehbarer Zeit ein breites Publikum finden kann. Ein derartiges Medium wird wohl immer einem kleinen, interessierten Kreis vorenthalten sein und wirtschaftlich auf Medienförderung angewiesen bleiben, weil das Interesse der BürgerInnen für diese Art der Berichterstattung nicht in annähernd ausreichendem Ausmaß vorhanden ist. In anderen Worten: Es gibt dafür schlichtweg nicht genügend Nachfrage. Dies belegt die Praxis: Versuche europäische Fernsehsender oder Zeitungen¹⁰ zu schaffen haben sich bisher als schwierig herausgestellt.

Medien, welche ausschließlich seriöse Politikberichterstattung bieten, erreichen allerdings auch in den Nationalstaaten weitgehend nur elitäre Personenkreise. Aber keinesfalls darf diese Tatsache zu dem Gedanken verleiten, dass diese Medienangebote wegen des mangelnden Interesses der RezipientInnen ohnehin nicht gebraucht werden. Im Gegenteil, denn wenn es „wirklich wichtig ist“ greifen auch jene, welche mit seriöser Nachrichtenberichterstattung besonders schwierig zu erreichen sind – wie beispielsweise junge Menschen – auf diese Angebote zurück:

„Die ‚richtigen Nachrichten‘ sind eben nicht lustig und unterhaltsam. Aber wenn wirklich etwas passiert, dann schalten die Jungen trotzdem ein: Am Abend der Parlamentswahl, wenn ein Tsunami ausbricht, wenn in New York ein Terroranschlag bekannt wird – dann drehen auch Junge die ‚richtigen Nachrichten‘ in Nachrichtensendern oder im öffentlich-rechtlichen Fernsehen auf. Junge Leute sind nämlich – so erklärt das die Forscherin¹¹ – ziemlich markenbewusst und wissen nicht nur, in welchem Laden es die besten Sneakers gibt, sondern sie haben auch ein Gefühl dafür, wo es die besten Nachrichten gibt. Nur braucht man die eben nicht täglich. [...] Für diese Generation seien Nachrichten – real news – so etwas wie ein basic social service. Also eine grundlegende Sozialleistung, ähnlich der Krankenversicherung oder der Arbeitslosenversicherung. Man braucht sie – glücklicherweise nicht jeden Tag, aber wenn man sie braucht, dann sollen sie da sein, und zwar möglichst gratis und möglichst rund um die Uhr“ (Wolf 2013: 43).

¹⁰ “The few media projects that have exclusively focused on a European-wide mass audience have either not proved to be economically viable or have relied on subsidies in order to guarantee their sustainability“ (Spanier 2012: 83).

¹¹ ORF-Journalist Armin Wolf bespricht folgende Studie: Meijer, Irene Costera (2006): The Paradox of Popularity. How Young People Experience the News. URL: <http://is.gd/098bxx> abgerufen am 2. August 2015.

2.2 Hindernisse bei der Entwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit

In der Diskussion um eine Europäische Öffentlichkeit halten sich einige Argumente hartnäckig, die darauf schließen lassen, dass die Etablierung einer Europäischen Öffentlichkeit unmöglich sei. Zu diesen Argumenten zählen die Dominanz der nationalen Sichtweisen in der Medienberichterstattung, die Unattraktivität komplexer europapolitischer Themen für die Medienberichterstattung sowie die Sprachenvielfalt in Europa. Auf diese Hindernisse wird nun näher eingegangen.

2.2.1 Nationale Sichtweisen

Nicht nationalstaatliche, sondern europäische Perspektiven auf Berichterstattungsthemen bieten die Grundlage für die Schaffung Europäischer Öffentlichkeit. Es kommt somit auf die Art und Weise an, wie KommunikatorInnen an europapolitische Themen herangehen. Als Schlüsselfiguren in diesem Prozess gelten die Brüssel-KorrespondentInnen, welche nach Gerhards (1993: 97) „*Vermittlungspositionen zwischen europäischen Entscheidungsprozessen einerseits und der jeweiligen nationalen Öffentlichkeiten andererseits*“ besetzen. Ein Netz von AuslandskorrespondentInnen stellt für Medienunternehmen allerdings einen großen Kostenfaktor dar. Deshalb haben nicht alle Medien Personal, das in Brüssel vor Ort recherchiert:

„Die Medien in den Mitgliedstaaten sind nur zum Teil mit Auslandskorrespondenten in Brüssel vertreten. Diese müssen dann – ohne die Chance auf thematische Spezialisierung – über äußerst unterschiedliche Politikfelder berichten. Bei der Fülle an Entscheidungen, die jede Woche in den europäischen Gremien getroffen werden, ist das eine schwer zu lösende Aufgabe“ (Lichtenberger 2010: 141).

Die Informationsflüsse von Brüssel in die Mitgliedsstaaten gestalten sich zudem seit jeher nach nationaler Herkunft der KorrespondentInnen unterschiedlich:

„Vor einem Ministerratstreffen veranstalten die ständigen Vertretungen der Länder in Brüssel jede für sich und zeitgleich ein ‚briefing‘ der Journalisten. Entsprechend verteilen sich die Korrespondenten der Länder auf die Sitzungen ihrer nationalen Vertretung. [...] Nach einem Ministerratstreffen findet eine Pressekonferenz des Vorsitzenden des Ministerrats statt. Bei dieser Gelegenheit sind die Journalisten aller Länder anwesend. Danach finden gleichzeitig die Pressekonferenzen der Minister der einzelnen Länder statt, die Korrespondenten verteilen sich wieder auf die Pressekonferenzen ihrer Minister. Durch diese national versäulte Struktur der

Informationsgebung werden nationale Perspektiven unmittelbar übertragen, ohne daß transnationale Perspektiven vermittelt werden“ (Gerhards 1993: 106).

Raimund Löw, der ehemalige Brüssel-Korrespondent des ORF, sowie die deutsche Brüssel-Korrespondentin Cerstin Gammelin bieten in ihrem 2014 veröffentlichten Buch einen Erfahrungsbericht:

„1500 Journalisten verbringen die Tage und Nächte der Gipfel im überdachten Atrium des Ratsgebäudes. Formell gibt es dort keine fixen Plätze. In der Realität markieren die Pressebetreuer schon am Tag vor dem Gipfel die nationalen Territorien. ‚Polish Press‘ steht auf einer Tischreihe, ‚Deutsche Presseagentur‘ ein paar Reihen weiter. Die Nachrichtenagentur Reuters hat mehrere Arbeitsplätze nebeneinander reserviert. Die Österreicher sitzen rechts hinten, die Deutschen in mehreren Sitzreihen etwas weiter vorne, dazwischen Franzosen und Italiener. Spanier, Portugiesen und Polen vom Eingang gesehen links. Die Slowenen haben ihre Tische sogar mit Fahnen versehen. Slowenischen Fahnen. Ein nationaler Herdentrieb ist unübersehbar“ (Gammelin/Löw 2014: 253).

Doch auch die Kommission trägt mit der Arbeit ihrer eigenen PressesprecherInnen dazu bei, dass in Mediengesprächen JournalistInnen aus verschiedenen Nationen jeweils anders fokussierte Informationen erhalten. Nach Baisnée (vgl. 2007: 495) habe sich die Kommission den nationalen Interessen der Medienberichterstatte durch eine „Renationalisierung“ ihres Diskurses angepasst.

In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung um die Existenz einer Europäischen Öffentlichkeit gelten nationalen Sichtweisen in der Berichterstattung als problematisch, da weitgehend davon ausgegangen wird, dass sie gegenseitiges Verständnis sowie die Entwicklung eines europäischen Demos erschweren:

“[...] the EU is nonetheless presented largely through national frames and filters. In other words, the focus is often on what ‚it‘ (an external actor) is doing for or to ‚us‘“ (Bale 2005: 181).

Bale verweist (vgl. 2005: 179) nur auf „eine Handvoll Länder“, die mit ihren Nachbarn soviel gemeinsam haben – nicht zuletzt aufgrund gleicher Sprache – *“that they are happy to, say, watch their television and even read their news – even if the flow tends to be one- rather than two-way“* (Bale 2005: 179).

Auch der Austausch von TV-Formaten zwischen Mitgliedsstaaten ist von nationalen Vorlieben und Traditionen geprägt:

“Programming with obvious cross-cultural appeal such as sport and music has achieved limited success, but even this – like the ‚reality TV‘ concepts that turn into quite different shows when they are exported into foreign markets – has required skilful (and expensive) ‚localization‘ or tailoring to different national audiences who, on balance, prefer domestically-oriented (even if foreign-inspired) programming“ (Bale 2005: 179f).

Verschiedene Meinungen: Kein europäisches Spezifikum

Kantner (vgl. 2004: 118f) erinnert in der Diskussion um die nationalen Sichtweisen in der europapolitischen Berichterstattung an den Wert unterschiedlicher Perspektiven. Sie argumentiert, dass erst durch die unterschiedlichen Bewertungen von gemeinsamen Problemen eine transnationale Diskussion möglich werde:

„Ein Problem wird gerade deshalb zum europäischen Thema, weil beispielsweise Briten darüber anders denken als Schweden. Sollten die britischen Medien einem in Großbritannien lebende Publikum in englischer Sprache im wesentlichen die britischen Positionen präsentieren und damit suggerieren, dass diese die ‚vernünftigeren‘ oder die ‚einzig vernünftige‘ in diesem Streit sei und die schwedischen Medien täten dasselbe, unterscheidet sich das nicht grundsätzlich von dem, was ‚linke‘ und ‚rechte‘ Medien im nationalen Diskurs tun: ihrem Publikum Argumente für die eigenen und gegen mögliche andere Position zu liefern“ (Kantner 2004: 118f).

Damit macht Kantner darauf aufmerksam, dass verschiedene Meinungen kein Spezifikum des europäischen Kontextes sind, da sie überall dort existieren, wo sich Menschen streiten (vgl. Kantner 2004: 118). Weiters führt sie an:

„Und zweitens, und das ist wohl das entscheidende Argument gegen den Partikularismus des Nationalen, können die verschiedenen Meinungen nur vor einem massiven Hintergrund von Übereinstimmungen identifiziert werden, und dieser Hintergrund besteht in der Überzeugung, dass der andere die Welt in bezug auf sehr viele Aspekte genauso sieht, wie man selber“ (Kantner 2004: 118).

Aufgrund verschiedener Berichterstattungstraditionen, der unterschiedlich langen Unionsmitgliedschaft der einzelnen Mitgliedsstaaten und dem teilweise unterschiedlichen

Image der Europäischen Union in den Mitgliedsstaaten (europafreundliche/europaskeptische Länder) ist der Europäisierungsgrad der Medien in den 28 Mitgliedsstaaten verschieden stark ausgeprägt. Empirische Analysen beschränken sich meist nur auf einzelne oder einige wenige Mitgliedsstaaten. So deuten etwa Befunde einer empirischen Untersuchung deutscher Printmedien darauf hin, dass die Zeitungsberichterstattung in Deutschland für transnationale Perspektiven offen ist:

“Instead, we find that if the media speak with their own voice, they rather act as motors of Europeanization and so contribute to the opening up of spaces for transnational communication. By contrast, national political elites, and more strongly even non-media civil society actors are inclined to maintain the public debate within national boundaries” (Koopmans/Pfetsch 2006: 133).

Aufgrund dieser Forschungsergebnisse dürfe man nach Koopmans/Pfetsch (vgl. 2006: 133) Medien nicht als Sündenböcke für das oft behauptete Fehlen einer Europäischen Öffentlichkeit verantwortlich machen.

Kritisch zu beurteilen bleibt jedoch, dass sich empirische Studien über den Europäisierungsgrad der nationalen Medien in Europa häufig auf die Analyse der Zeitungsberichterstattung beschränken und dabei TV-Nachrichten unbeachtet lassen.

2.2.2 Komplex, weit weg, langweilig

Als weiteres Hindernis für die Entwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit gilt die geringe Attraktivität europapolitischer Prozesse für die Medienberichterstattung. Komplizierte Entscheidungsprozesse, die nach langer Verhandlungsdauer meist in Konsens enden, bieten keinen spannenden Nachrichtenstoff.

Die sogenannte Nachrichtenwerttheorie besagt, dass anhand bestimmter Kriterien, den Nachrichtenwertfaktoren, der Nachrichtenwert eines Ereignisses bestimmt werden kann. JournalistInnen haben demnach Vorstellungen davon, was den Interessen und Wünschen ihres Publikums entspricht. Anhand bestimmter Nachrichtenwertfaktoren eines Ereignisses, können sie also bestimmen, ob sich das Thema für die Berichterstattung eignet und die Aufmerksamkeit des Publikums erwecken wird. Der Begründer der Nachrichtenwerttheorie Einar Östgaard erstellte drei Faktorenkomplexe¹², welche unter den drei Schlagworten Einfachheit, Identifikation und Sensationalismus zusammengefasst werden können (vgl. Burkart 2002: 279ff).

¹² Der Nachrichtenwertfaktorenkatalog wurde von verschiedenen AutorInnen später präzisiert und erweitert (vgl. Burkart 2002: 279ff).

Mögliche Berichterstattungsthemen über die Europäische Union weisen diese Faktoren kaum auf (vgl. Gerhards 1993: 103). Denn bei europapolitischen Themen handelt es sich weder um einfache Sachverhalte, noch beinhalten sie prominente Gesichter oder räumliche Nähe, welche bei den RezipientInnen für Identifikation sorgen könnten. Die fehlende räumliche Nähe verhindert das Aufgreifen von europapolitischen Diskursen vor allem in Regionalmedien, obwohl sich die in Brüssel getroffenen Entscheidungen massiv auf das Alltagsleben der BürgerInnen in allen Regionen Europas auswirken.¹³

Auch mit dem dritten von Östgaard definierten Faktor, dem Sensationalismus, gemeint sind Dramatik und Emotion, welche die Aufmerksamkeit der RezipientInnen erwecken, konnte auf europäischer Ebene zumindest bisher kaum gedient werden. Die mediale Vermittlung von europapolitischen Themen erscheint daher als große Herausforderung. Doch dieses Problem sei nach Brüggemann nicht prinzipiell unlösbar:

„Die besondere Herausforderung für europäische Informationspolitik besteht damit vor allem in der Notwendigkeit einer starken Komplexitätsreduktion und dem Finden von Sprechern, die prominent eine europäische Perspektive vertreten können“ (Brüggemann 2008: 32).

Der Einsatz der europäischen SpitzenkandidatInnen bei der Europawahl 2014 trifft auf die von Brüggemann formulierte Strategie zu.

Weiters gibt es empirische Hinweise darauf, dass die Berichterstattung über europäische Themen zunehmend als wichtig eingeschätzt wird. Offerhaus, welche sich empirisch mit der Wahrnehmung der Europäischen Union in der deutschen Tagesberichterstattung auseinandersetzte, vermutet, dass das Bewusstsein bei JournalistInnen und RezipientInnen für die Relevanz und Betroffenheit von EU-politischen Entscheidungen steige und EU-Berichte daher „selbst an Nachrichtenwert gewinnen“ würden (Offerhaus 2002: 95).

¹³ Mehr Aufmerksamkeit für die Fach- bzw. Regionalpresse in der empirischen Forschung fordert Baisnée: *“In practical terms, that means studying the specialized press relevant to EU policy processes: e.g. business dailies, international publications, publications on agriculture and the fishing industry. A particularly good example is the main (yet regional) daily in France, Ouest-France: there is a daily section in the paper that deals almost exclusively with EU policy processes (though not titled as such): this is not the international or politics section, but the Agriculture and Fisheries page“ (Baisnée 2007: 501).*

2.2.3 Sprachenvielfalt in Europa

“It is communication, not language, that matters“.

(Van de Steeg 2002: 504)

Geht man vom Modell einer staatenübergreifenden Europäischen Öffentlichkeit aus, so stellt die Sprachenvielfalt in Europa ein bedeutendes Hindernis für europaweite Kommunikation dar. Derzeit hat die Europäische Union 24 Amtssprachen. Zusätzlich sind innerhalb der Europäischen Union Regional- und Minderheitensprachen, sowie die Sprachen von Migranten in Verwendung.

Die europäischen Institutionen betreiben einen hohen Übersetzungsaufwand. Allerdings gehen in Übersetzungen oft gerade die knackigsten Zitate von EU-PolitikerInnen verloren, welche besonders medienwirksam sein könnten. Denn sprachliche Feinheiten, Wortspiele und Metapher lassen sich in vielen Fällen nicht in allen Sprachen wiedergeben (vgl. Deter 2006: 30).

Auch wenn Englischunterricht in allen Mitgliedsstaaten zur Grundausbildung der SchülerInnen zählt, gibt es keinerlei Anzeichen dafür, dass sich Englisch in der Medienberichterstattung als *Lingua Franca* bald europaweit durchsetzen könnte. Laut Eurostat lernten im Jahr 2012 in den nichtenglischsprachigen EU-Mitgliedsländern 97 Prozent der Zehn- bis 14-Jährigen Englisch als Fremdsprache:

“In the EU28 in 2012¹⁴, English was still the most commonly studied foreign language at lower secondary level, with 96.7% of pupils learning it, far ahead of French (34.1%), German (22.1%) and Spanish (12.2%). The importance of English as a foreign language in the EU is also confirmed by its leadership in nearly all Member States” (Eurostat 2014).

Empirische Befunde belegen, dass junge EuropäerInnen trotz ihrer Englischkenntnisse die Medienberichterstattung in ihrer Landessprache bevorzugen. Als einzige Ausnahme gilt der Musikkonsum. Hier zeigt sich deutlich, dass Songs mit Texten in englischer Sprache von jungen Menschen lieber gehört werden, als Lieder in ihrer Nationalsprache:

“However, this finding cannot be interpreted as an indicator for English serving as a pan-European language; it rather points to the popularity and modern image of globalized pop music, thus the ‘sound of English’ might be more important than the language as a means for communication“ (Berns/de Bot/Hasebrink 2007: 117).

¹⁴ Die Formulierung im Originaltext lautet *“In the EU28 in 2012 [...]”* obwohl die Europäische Union im Jahr 2012 nur 27 Mitgliedsstaaten umfasste.

Dennoch verwenden jungen EuropäerInnen die englische Sprache regelmäßig für ihre persönliche Kommunikation über Ländergrenzen hinweg – vor allem im Internet:

“According to our research young people in Europe actually use English for sharing their views with specific target groups throughout Europe and beyond. The internet and the English language – together they provide the basis for trans-national communication on specific areas of interests” (Berns/de Bot/Hasebrink 2007: 118).

Warum es nicht von einer gemeinsamen Sprache abhängt

Unbestreitbar stellt die Sprachenvielfalt in Europa für die (massenmediale) Kommunikation innerhalb der Europäischen Union eine Herausforderung dar. Dennoch darf diese Tatsache nicht überbewertet werden:

„Es gibt unterschiedliche Interessen und unterschiedliche Überzeugungen (epistemische Probleme), es gibt hermeneutische Probleme (Nichtverstehen) und es gibt technische Schwierigkeiten bei der Organisation massenmedialer Kommunikation über Sprachgrenzen hinweg. Solange sich die Analyse jedoch mit der Beschreibung solcher Schwierigkeiten begnügt, wird ihr Pessimismus zur sich selbst erfüllenden Prophezeiung“ (Eder/Kantner 2000: 328).

Van de Steeg (vgl. 2002) kritisiert, dass viele Bedingungen, welche beim Modell der staatenübergreifenden Europäischen Öffentlichkeit an die Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit gestellt werden, selbst von nationalen Öffentlichkeiten nicht erfüllt werden bzw. werden können. Denn knüpft man die Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit an die Voraussetzung, dass alle Menschen in Europa dieselbe Sprache verstehen müssen – so muss sogleich zugegeben werden, dass dies nicht einmal innerhalb aller Staaten der Fall ist. Tresch verweist in diesem Zusammenhang auf die mehrsprachige Schweiz:

“Overall, if one evaluates public communication on European integration policy in Switzerland based on the normative criteria applied to the European public sphere, the existence of an all-Swiss public sphere must be called into question. However, given that Switzerland is an old and stable democracy, I’d rather argue that these criteria, which implicitly seem to be derived from a deliberative public sphere model, set the barrier for finding a Europeanised public sphere unrealistically high and should be reconsidered” (Tresch 2012: 72).

Auch der Zugang aller BürgerInnen zu denselben Medien als Voraussetzung für die Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit wird von manchen AutorInnen als zu ambitioniert gewertet. Denn da auch nicht jede/r BürgerIn innerhalb eines Nationalstaates dieselbe Zeitung liest oder dieselben Nachrichtensendungen sieht, und die Existenz der nationalen Öffentlichkeit dennoch nicht in Frage gestellt wird, könne dies auch nicht als Voraussetzung für eine Europäischen Öffentlichkeit geltend gemacht werden (vgl. Van de Steeg 2002: 504).

2.3 Europäische Öffentlichkeit: Eine Definition

*„Öffentlichkeit ist gleichsam der Bildschirm,
auf dem sich die Akteure wechselseitig beobachten und
ihre Handlungen an diesen Beobachtungen orientieren.“
(Gerhards 1993: 98)*

Brüggemann, welcher Europäische Öffentlichkeit als *“network of Europeanised public spheres connected by information flows”* (Brüggemann 2005: 58), definiert, kategorisiert zusammenfassend drei verschiedene Denkschulen zur Erfassung Europäischer Öffentlichkeit:

VertreterInnen der ersten Denkschule, der “Impossibility school“, argumentieren, dass das Fehlen einer gemeinsamen Sprache in Europa, sowie der Mangel an europäischen Medien, europäischer Identität und eines europäischen Demos die Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit gänzlich verhindere (vgl. Grimm 1995).

Die zweite Gruppe von ForscherInnen stellt die Notwendigkeit einer gemeinsamen Sprache in Frage und verortet die Entstehung Europäischer Öffentlichkeit in der „Kommunikations-Parallelisierung“. Eine solche entstehe, wenn in verschiedenen Ländern über dieselben Themen zur selben Zeit im selben Referenzrahmen kommuniziert werde. Zu den VertreterInnen dieser Denkschule zählen Eder/Kantner (2000).

In einer dritten Betrachtungsweise wird „Öffentlichkeit als multidimensionaler Prozess“ gesehen und eine Analyse der expliziten Verbindungen der nationalen Öffentlichkeiten verlangt, um aufzuzeigen, ob transnationale Kommunikation tatsächlich stattfinden – beispielsweise dann, wenn sich SprecherInnen aus verschiedenen europäischen Ländern in ihren Aussagen aufeinander beziehen. Zu den VertreterInnen dieser Perspektive zählt Eriksen (2004). (Vgl. Brüggemann 2005: 58f).

2.3.1 Europa diskutiert seine Probleme

Empirische Befunde belegen, dass in Europa zumindest themenbezogen transnational über gemeinsame politische Probleme diskutiert wird. Den Grund dafür sieht Kantner (vgl. 2004: 179f) darin, dass diese Kommunikationsprozesse allein durch die Mitgliedschaft in der europäischen Gemeinschaft notwendig werden:

„So banal es klingt, die Einsicht, gemeinsam Problemlösungen finden zu müssen, weil man in einem gemeinsamen Handlungsraum lebt, ist der entscheidende Grund dafür, dass Menschen auch wenn sie dies möglicherweise ursprünglich nicht absehen konnten, ein Interesse daran entwickeln, in die mühevollen politischen Kommunikationsprozesse miteinander einzutreten. Auf der Grundlage dieser Einsicht reden die EU-Bürger bereits heute über gemeinsame europäische Themen unter gleichen Relevanzgesichtspunkten“ (Kantner 2004: 179f).

Als Beispiel für eine transnationale Debatte lassen sich die empirischen Befunde über den „Haider-Case“ heranziehen. Gemeint ist damit die wissenschaftliche Untersuchung der Zeitungsberichterstattung über die Sanktionen der EU-14 gegen Österreich in den Jahren 1999 und 2000. In einer Inhaltsanalyse wurden Artikel von 15 Zeitungen in insgesamt fünf Mitgliedsstaaten und einem Nicht-Mitgliedsstaat (USA) untersucht (vgl. Van de Steeg 2006: 614). Es zeigte sich, dass in dieser Debatte die Formierung einer öffentlichen Meinung in der Europäischen Union nicht an den Nationalgrenzen stoppte (vgl. Van de Steeg 2006: 627). Die Diskussion in den Mitgliedsstaaten gestaltete sich anders, als in der US-amerikanischen Berichterstattung:

“In the final analysis, the nationality of a newspaper has less of an impact on this specific debate than does belonging to the EU in general or being ideologically aligned“ (Van de Steeg 2006: 628).

Die Forscherin kam zu der Schlussfolgerung, dass der „Haider-Case“ den EuropäerInnen Gelegenheit gab die Identität der EU zu diskutieren: Die Befürwortung der Sanktionen gegen Österreich im Namen der europäischen Werte einerseits als auch die Ablehnung der Sanktionen als illegitimer Einsatz der europäischen Regeln andererseits galten in dieser Diskussion als zwei legitime Positionen. Durch manche Aussagen in dieser Debatte wurde deutlich, dass sich die SprecherInnen nicht nur als BürgerInnen ihrer Nationalstaaten, sondern auch als EU-BürgerInnen zu fühlen begonnen hatten (vgl. Van de Steeg 2006: 629). Daher resümiert die Forscherin:

“This awareness of belonging not only to a national, but also to a European, political community has been a fortunate but unintended by-product of the Haider debate“ (Van de Steeg 2006: 629).

Europäisierungsgrad abhängig vom Politikbereich

Empirische Befunde zeigen zudem, dass *„die Wahrscheinlichkeit der Europäisierung von Öffentlichkeit in dem Maße steigt, wie politische Entscheidungsbefugnisse von der nationalen Politikebene auf die EU-Ebene übertragen werden“* (Pfetsch/Heft 2009: 39). Gemeint ist damit, dass in jenen Politikbereichen, in denen die Europäische Union über ausschließliche oder geteilte Kompetenzen verfügt – beispielsweise in der Währungs- und der Agrarpolitik – sich auch ein vergleichsweise hoher Europäisierungsgrad in den öffentlichen Debatten zeigt. Während in Politikbereichen, die nach wie vor in der nationalen Zuständigkeit liegen – beispielsweise in der Bildungspolitik – kaum europäische Referenzen zu finden sind (vgl. Pfetsch/Heft 2009: 39).

2.3.2 Fazit: Zum aktuellen Stand einer Europäischen Öffentlichkeit

Im Hinblick auf das Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit lassen sich folgende Punkte zur Forderung nach einer Europäischen Öffentlichkeit zusammenfassen:

Definition

Ein Modell einer staatenübergreifenden Europäischen Öffentlichkeit – wie beispielsweise von Grimm (vgl. 1995) gefordert – welches voraussetzt, dass alle EuropäerInnen dieselben Medien in derselben Sprache konsumieren müssen, erscheint bis auf weiteres als unrealistisch. Während die Entwicklung und Etablierung gesamteuropäischer Medien selbstverständlich weiterhin wünschenswert sind und Unterstützung finden sollen, so können sie – zumindest vorläufig – zwar als wertvolles, aber dennoch nur zusätzliches Kommunikationsangebot innerhalb des europäischen Kommunikationsraumes gelten, welcher neben allen nationalen Medien auch andere Formen der Kommunikation wie beispielsweise persönliche BürgerInnen-dialoge der PolitikerInnen umfasst.

Daher wird in der vorliegenden Arbeit Europäische Öffentlichkeit im Sinne einer „Kommunikations-Parallelisierung“ in Europa gesehen, welche entsteht, wenn in verschiedenen Ländern über dieselben Themen zur selben Zeit im selben Referenzrahmen kommuniziert wird (vgl. Eder/Kantner 2000). Verschiedene empirische Studien kamen zu dem Befund, dass diese „Kommunikations-Parallelisierung“ bereits in Europa beobachtbar sei (vgl. Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 5). Bereits vor 15 Jahren kamen Eder/Kantner zu folgender Schlussfolgerung:

„Öffentlichkeit‘ im Sinne ‚öffentlicher politischer Kommunikation‘ formiert sich bereits in Europa. Empirische Analysen von Öffentlichkeit in Europa sollten zu zeigen versuchen, welche Dichte europapolitische Kommunikation in einem anonymen Massenpublikum erreicht worden ist bzw. welche Veränderungsraten diese Dichte aufweisen“ (Eder/Kantner 2000: 327).

Von Bedeutung ist zudem der „Europäisierungsgrad“ der Kommunikation in einer Europäischen Öffentlichkeit. Somit kommt es nicht alleinig auf die Parallelisierung der Kommunikation in den verschiedenen europäischen Ländern an, sondern auch auf europäische Sichtweisen sowie gegenseitige Bezugnahmen in Form von supranationaler europäisierter Kommunikation sowie vertikaler und horizontaler Europäisierung der Kommunikationsverbindungen (vgl. Koopmans/Erbe 2003: 25).

Sprache

Nachrichtenberichte in der Muttersprache der europäischen BürgerInnen werden wohl immer – zumindest aber auf die nächsten Jahrzehnte gesehen – eine wichtige Notwendigkeit in Europa bleiben. Es wäre aus heutiger Sicht alles andere als sinnvoll von den EuropäerInnen zu verlangen sich über die zum Teil sehr komplexen Sachverhalte in politischen Fragen in einer *Lingua Franca* – also einer Fremdsprache – zu informieren, in welcher sie möglicherweise trotz jahrelangem Schulunterricht nicht sattelfest sind. Aus diesem Grund ist es sogar unverzichtbar, dass die politische Kommunikation gleichzeitig in allen Nationalsprachen abläuft, und Medien in diesem Prozess die entscheidende Rolle von Übersetzern einnehmen.

Englisch als eine europäische bzw. internationale *Lingua franca* erfüllt dennoch schon heute eine wertvolle Funktion in der politischen, transnationalen Kommunikation – nämlich allem voran im Internet, wenn aktive BürgerInnen ihre Meinung individuell einem fremdsprachigen Publikum mitteilen, beispielsweise in Sozialen Netzwerken, Blogs oder ausländischen Nachrichtenforen.

Unterstützende Maßnahmen

Im Hinblick auf die vorangegangenen Ausführungen erscheinen zur Förderung der Weiterentwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit drei Prozesse als notwendig:

Europäische politische Bildung: Die Vermittlung von Politikbewusstsein muss hohe Priorität in Europa haben und stärker forciert werden. Da der Wissensstand der europäischen Bevölkerung über die Europäische Union nachweislich gering ist, bedarf es flächendeckend politischer Bildung in allen Pflichtschulen in Europa. Medien – ob national oder transnational

– können die BürgerInnen nur dann qualitativ und umfassend über europapolitische Themen informieren wenn bei den RezipientInnen zumindest ein Grundwissen über das komplexe System der Europäischen Union vorhanden ist.

Europäische Politik „verfolgbarer“ machen: Personalisierung, politischer Wettstreit, klare Positionierung der Parteien in themenbezogenen Europawahlkämpfen und mehr Partizipationsmöglichkeiten der BürgerInnen könnten dazu beitragen, dass Europapolitik für BürgerInnen verständlicher wird (vgl. Hix 2008). Zudem gilt es als sehr wahrscheinlich, dass diese Maßnahmen die Attraktivität europapolitischer Themen für die Medienberichterstattung erhöhen würden (vgl. Nachrichtenwerttheorie, Kapitel 2.2.2).

Förderung europäischer Populärkultur: Zur Stärkung eines europäischen Demos gilt es gleichzeitig als erstrebenswert die Entwicklung einer staatenübergreifenden Europäischen Öffentlichkeit weiter zu fördern. Dazu bedarf es gezielt der Zunahme länderübergreifender Interaktion im Unterhaltungs-, Sport- und Kulturbereich – gemeint ist damit die Förderung europäischer, transnationaler Populärkultur. Nur so können in der Folge auch mediale, pan-europäische Plattformen geschaffen werden, die europaweit ein breites Publikum erreichen – und welche schlussendlich auch europäische Nachrichtenshows bzw. –berichte verbreiten können, welche von einer relevanten Zahl der europäischen RezipientInnen wahrgenommen werden. Selbstverständlich bleibt in diesem Fall die Sprachenvielfalt innerhalb Europa weiterhin eine Herausforderung (vgl. Kapitel 2.2.3). Als Lösungen dafür könnten sich Übersetzungen, Untertitel und/oder Englisch als *Lingua franca* durchsetzen. Maase (2010: 13) legt in seinem Buch „*Was macht Populärkultur politisch?*“ dar:

„Unterhaltendes Lesen, Sehen, Hören, Sich-Bewegen bleibt nicht auf Freizeitwelten beschränkt; Massenkultur ist kein folgenloses Spiel in einer sozialen Nische ohne weitere Auswirkungen. Fraglos gehen Erfahrungen und Erkenntnisse auch aus diesem Daseinsbereich in die Weltsicht und die Handlungsdispositionen der Menschen ein, die in anderen Situationen dann das tun, was wir politische oder politisch folgenreiche Aktivität nennen.“

The Big Picture: Vor diesem Hintergrund ist das Verständnis von Europäischer Öffentlichkeit grundsätzlich weiter zu fassen als nur auf die Europäisierung politischer (Massen)Kommunikation. In anderen Worten: Öffentliche, politische Kommunikation in Europa ist in einem „Big Picture“ als nur einer von mehreren Bestandteilen einer Europäischen Öffentlichkeit einzuordnen.

Im Folgenden wird die zweite der oben genannten Maßnahmen zur Förderung der Weiterentwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit in den Mittelpunkt gestellt: Das „verfolgbare Machen“ der europäischen Politik. Die forschungsleitende Frage lautet: Ist das Konzept der SpitzenkandidatInnen, welches bei der Europawahl 2014 angewandt wurde, ein wirksames Instrument um Europapolitik für die Bevölkerung verfolgbare zu machen und die Etablierung einer Europäischen Öffentlichkeit voranzutreiben?

3. Europawahlen

Seit 1979 wird das Europäische Parlament – damals noch „Europäische Versammlung“ genannt – direkt gewählt. Bei der bisher jüngsten Europawahl 2014 waren rund 380 Millionen EU-BürgerInnen in 28 Mitgliedsstaaten wahlberechtigt. Nur in Indien können mehr Menschen in allgemeinen, freien, direkten und geheimen Wahlen über ihr Parlament abstimmen. Zudem ist das Europaparlament das einzige, direkt gewählte supranationale Parlament der Welt (vgl. Wüst/Tausendpfund 2009: 3).

Als „großen Sieg für die parlamentarische Demokratie sowie die Annäherung und Zusammenarbeit der europäischen Völker“ nannte der Präsident des Europäischen Parlaments, Georges Spinali, im Juli 1976 den Grundsatzbeschluss der Regierungschefs für die erste Direktwahl des Europäischen Parlaments. Er sah darin die „Geburtsstunde des europäischen Bürgers“ und erklärte, dass die direkte Stimmabgabe für das Europäische Parlament einen Anstoß für eine „Renaissance“ des europäischen Einigungsprozesses gebe (vgl. Europäische Gemeinschaften 1978: 6).



Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung 09.06.1979, n° 132, p. 3. © Fritz Behrendt.
Abbildung auch verfügbar unter www.ena.lu, European Navigator

Die Abbildung zeigt eine Karikatur, welche am 9. Juni 1979 – dem Tag vor der ersten Direktwahl in Deutschland – in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung¹⁵ veröffentlicht wurde.

¹⁵ Quelle: siehe Abbildungsverzeichnis auf Seite 75.

Von der Eröffnungssitzung der Gemeinsamen Versammlung im Jahr 1952 bis zur ersten Direktwahl brauchte es rund 27 Jahre. Als größtes Hemmnis für eine schnelle Umsetzung galt die Sorge um nationale Souveränität (vgl. Woyke/Steffens 1978: 42). Allerdings stellte eine Direktwahl bereits in den 1950ern ein Zukunftsziel dar (vgl. Scheffler 2005: 45f).

Clemens/Reinfeldt/Wille (vgl. 2008: 218) sehen in der zunehmenden transnationalen Vernetzung politischer Akteure sowie der Stärkung der demokratischen Legitimation die Hauptbedeutung der ersten Direktwahl für die europäische Integration. Zweifelsfrei stellte sie einen wichtigen Schritt zu mehr Demokratie auf europäischer Ebene dar: Denn *„zuvor waren die Abgeordneten jeweils nach Parteienproporz und grob gesichtet nach Bevölkerungszahl aus den nationalen Parlamenten delegiert worden“* (Thiemayer 2010: 63).

Gewählt wird bei Europawahlen bis heute ganz uneinheitlich, da es kein europaweit einheitliches Wahlrecht gibt. Scheffler (vgl. 2005: 50) erkennt bei den Ergebnissen von Europawahlen erhebliche Verzerrungen, die er auf ihre starke Prägung durch den nationalen Kontext zurückführt. Er vertritt die Meinung, dass diese Verzerrung bei einem einheitlichen Wahlsystem und proportionalen Mandatskontingenten kaum auftreten würden.

3.1 Politische Parteien im Europäischen Parlament

Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von nationalen Parteien in Europa begann nicht erst mit der Gründung der Europäischen Gemeinschaften, sondern reicht in einigen Parteifamilien bis ins 19. Jahrhundert zurück. Die stark institutionalisierte Form des Parteifamilienkonzepts entstand allerdings erst in mehreren Etappen nach dem zweiten Weltkrieg (vgl. Mittag/Steuer 2010: 18). Auch in diesem Zusammenhang stellt die erste Direktwahl des Europäischen Parlaments¹⁶ einen wichtigen Meilenstein dar:

„Für eine größere Öffentlichkeit sind die europäischen Parteien erstmals im Vorfeld der ersten Direktwahl zum Europäischen Parlament 1979 sichtbar in Erscheinung getreten“ (Mittag/Steuer 2010: 18).

Mit dem Vertrag von Maastricht 1993 fanden die europäischen Parteien Einzug in die Gemeinschaftsverträge. Artikel 138a betont die Bedeutung der Parteien, welchen die Aufgabe zugeschrieben wird ein europäisches Bewusstsein herauszubilden und den politischen Willen der Bürger der Union zum Ausdruck zu bringen:

¹⁶ Seit Inkrafttreten der Römischen Verträge reklamierte die „Versammlung“ die Bezeichnung „Europäisches Parlament“ für sich. Der Begriff wurde aber erst 1987 mit der Einheitlichen Europäischen Akte vertragsrechtlich verankert (vgl. Mittag/Steuer 2010: 160f).

“Political parties at European level are important as a factor for integration within the Union. They contribute to forming a European awareness and to expressing the political will of the citizens of the Union“ (Treaty on European Union 1992: 62).

Mittag/Steuwer (2010: 19) beschreiben europäische Parteien als „Dachorganisationen“ in denen sich nationale Parteien zusammengeschlossen haben:

„Sie bilden jedoch keine neue Hierarchieebene und sind damit den nationalen Parteien auch nicht übergeordnet. Vielmehr existieren sie parallel zur nationalen Ebene und bestätigen damit die Autonomie der nationalen Mitgliedsparteien.“

Als klassische Funktionen der europäischen Parteien nennen Mittag/Steuwer (vgl. 2010: 102ff): Repräsentation, Mobilisierung, Zielfindung, Rekrutierung und Legitimation.

Den europäischen Parteien wird zugeschrieben, dass sie durch ihre Aktivitäten an der Konstitution eines öffentlichen Diskursraumes mitwirken und somit zur Entwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit beitragen können. Für Jasmut erfolgt die europapolitische Zusammenarbeit der jeweiligen Parteienfamilien transnational in einem einheitlichen Kommunikationsraum und stellt damit *„mehr als nur die Keimzelle für eine europäische Öffentlichkeit dar“ (Jasmut 1995: 45).*

Europäische Parteien als (k)ein Bindeglied zwischen BürgerInnen und Institutionen

In der Kritik steht nach wie vor die öffentlich begrenzte Sichtbarkeit der europäischen Parteien – obwohl sich diese zunehmend um mehr Medienpräsenz bemühen und längst auch in Sozialen Netzwerken aktiv sind:

„Obwohl die europäischen Parteien selbst mittlerweile der Medienarbeit immer größere Aufmerksamkeit widmen und das Internet bzw. ihre Webseiten zu umfangreichen, ‚crossmedialen‘ Plattformen der europaweiten Information und Kommunikation ausbauen, bleibt ihre mediale bzw. öffentliche Sichtbarkeit begrenzt. Eine Verbindung zwischen europäischen Parteien und EU-Bürgern wird bisher, wenn überhaupt, nur indirekt über die nationalen Medien und Mitgliedsparteien hergestellt“ (Mittag/Steuwer 2010: 104).

Auch Kantner (vgl. 2004: 182f) weist auf die fehlende Interessensvertretung der BürgerInnen durch die europäischen Parteien hin. Sie erinnert daran, dass es durchaus Bevölkerungsgruppen in Europa gibt, die sich aus eigenen Antrieb und meist aufgrund

eigener Betroffenheit darum bemühen auf vernachlässigte Themen oder ungerechte Zustände in Europa aufmerksam machen – beispielsweise Bauern, die mit ihren Traktoren die Brüsseler Innenstadt blockieren, wenn sie mit der europäischen Agrarpolitik unzufrieden sind. Aufgrund der beschränkten politischen Partizipationsmöglichkeiten auf der europäischen Ebene sei es jedoch nicht verwunderlich, dass sich viele dieser Aktivitäten auf die nationale Ebene und das Lobbying in Brüssel konzentrieren. Seitens der Europäischen Union sei es bisher noch nicht gelungen, eine Verbindung im Kommunikationsprozess zwischen ExpertInnen und der Bevölkerung herzustellen – eine Aufgabe die laut Kantner den Europäischen Parteien zukommen würde:

„Allerdings wurde für die Union noch keine befriedigenden institutionellen Lösungen für die große Herausforderung gefunden, Kommunikation zwischen Expertenöffentlichkeiten und dem großen Publikum herzustellen und politikfeldübergreifende gesellschaftliche Koalitionen zu bilden – eine Leistung, die in eingespielten politischen Systemen die großen Parteien erbringen“ (Kantner 2004: 183).

Dieser Kritik kann entgegen gehalten werden, dass sich das politische System der Europäischen Union in zentralen Punkten von den politischen Systemen der Mitgliedsstaaten unterscheidet. Somit gehe es bei den Funktionen europäischer Parteien *„nicht in erster Linie um gesellschaftliche Interaktion, sondern um die Interaktion von Parteien“*, da zu berücksichtigen sei, dass *„europäische Parteien nicht primär Individuen als Mitglieder haben, sondern vielmehr nationale Parteien“* (Mittag/Steuwer 2010: 112). Ein von Mittag/Steuwer (vgl. 2010: 113ff) angeführter alternativer Funktionskatalog europäischer Parteien beinhaltet daher Kommunikation, Koordination, Zielfindung, Inklusion und Vernetzung.

Fraktionen

Als Fraktionen gelten Zusammenschlüsse von Abgeordneten unterschiedlicher Länder, welche alle Mitglieder einer Parteifamilie sind (vgl. Gärtner 2008: 81). Der Begriff „Fraktion“ hat seinen Ursprung im lateinischen Wort „frangere“ (= brechen) und bedeutet Bruchteil oder Teil eines Ganzen (vgl. Karas 2010: 239). Der österreichische EVP-Europaparlamentsabgeordnete Othmar Karas betonte 2010 in einer wissenschaftlichen Publikation:

„Der transnationale Zusammenschluss von MEPs¹⁷ in Fraktionen ist dem Ziel der Europäischen Union förderlich. Das Parlament soll keine von nationalem Denken

¹⁷ MEP: Member of the European Parliament

geprägten Entschlüsse fällen, sondern im Interesse der gesamten Europäischen Union Entscheidungen treffen“ (Karas 2010: 255).

Derzeit sind im Europäischen Parlament acht Fraktionen vertreten (Stand: August 2015). Zur Bildung einer Fraktion sind mindestens 25 Abgeordnete erforderlich, zudem müssen in jeder Fraktion Abgeordnete aus wenigstens einem Viertel aller Mitgliedstaaten vertreten sein. Die Mitgliedschaft in mehreren Fraktionen ist nicht möglich (vgl. Europäisches Parlament 2015b: online). 14 der 750 Abgeordneten gehören aktuell keiner Fraktion an und gelten daher als „fraktionslos“ (vgl. Europäisches Parlament 2015c: online). Die Fraktion „Europa der Nationen und der Freiheit“ stellt die derzeit jüngste Fraktion dar, sie wurde erst im Juni 2015 gegründet.

3.2 Second-order Elections

Bereits in den Analysen der ersten Direktwahl des europäischen Parlaments 1979 brachte die Wissenschaft die Kategorie der „second-order Elections“ ein. Da der Wahlkampf der ersten Europawahl 1979 von nationalen Themen beherrscht war und das Ergebnis als „Stimmungsbarometer“ für die Parteien in den Nationalstaaten diente bekamen Europawahlen das Label sogenannter nationaler Nebenwahlen aufgedrückt. (Vgl. Mittag/Steuer 2010: 164)

Hobolt (vgl. 2014: 1530) nennt folgende Charakteristika von Europawahlen als second-order Elections: Erstens ist die Wahlbeteiligung bei Europawahlen niedriger als bei nationalen Wahlen. Zweitens erzielen kleinere Parteien bei Europawahlen bessere Ergebnisse, als bei nationalen Wahlen und drittens schneiden Regierungsparteien bei Europawahlen schlechter ab, als bei nationalen Wahlen. Zudem zeigte sich in der jüngeren Vergangenheit, dass euroskeptische Parteien bei Europawahlen besonders erfolgreich sind.

Europawahlkämpfe werden zudem von nationalen politischen Themen beherrscht und in erster Linie von nationalen politischen Akteuren dominiert (vgl. Hobolt 2014: 1531).

Bis heute wird weitgehend davon ausgegangen, dass die Etikettierung von Europawahlen als „second-order Elections“ Gültigkeit¹⁸ hat, auch wenn manche BeobachterInnen seit Jahren allmählich eine Veränderung erkennen wollen:

¹⁸ Wissenschaftliche Analysen weisen auf Unterschiede im second-order-Modell für west- und osteuropäischen Mitgliedsstaaten hin (vgl. Schmitt 2005: 11f).

“Summing up, we hold that the second-order nature of European Parliament elections is slowly heading towards a change. There is no doubt that the Union has been becoming more pervasive in policy terms, and the parliament is now more powerful than it ever was. 2004 was an extraordinary election, with eight new post-communist member countries participating. It was only after the election that the parliament stood up against the council and demanded a greater say in the nomination of the president of the European Commission, and the choice and portfolio assignments of his commissioners” (Schmitt 2005: 669).

Die Überwindung der second-order-Kategorie von Europawahlen ist ein vielschichtiger Prozess, der von manchen AkteurInnen gar nicht angestrebt wird. So ist es etwa auf nationaler Ebene im Interesse mancher politischer Oppositionsparteien den Europawahlkampf für ihre innenpolitischen Zwecke zu nutzen. Sie erhoffen sich beispielsweise im Wahlkampf einen Nutzen daraus, bei Europawahlen innenpolitisch als Stimmungsbarometer gegen die Regierungsmehrheit zu instrumentalisieren (vgl. EurAktiv 2004).

Im Folgenden wird auf drei der am häufigsten diskutierten Merkmale von Europawahlen eingegangen. Diese Merkmale sind: Die Dominanz nationaler Themen im Wahlkampf, die geringe Wahlbeteiligung sowie die Annahme vieler WählerInnen, dass bei Europawahlen nicht viel auf dem Spiel stehe.

3.2.1 Nationale Themen im Europawahlkampf

Als gravierendes Grundproblem von Europawahlen ist die Dominanz nationaler Themen im Wahlkampf anzusehen. Diese ist, wie bereits erwähnt, schon seit der ersten Direktwahl des Europäischen Parlaments 1979 auszumachen:

„The problem is that European Parliament elections actually have very little to do with ‘Europe’! These elections are not about rival candidates for the Commission President, or even about which political party should be the largest group in the European Parliament, or even about whether a particular MEP has done a good or bad job in the European Parliament. Instead, voters, the media and national parties treat European Parliament elections as just another set of domestic elections, where the dominant issue is how well national governments have performed” (Hix 2008: 79f).

Eine gute Nachricht lautet: Der Europawahlkampf beginnt sich zumindest in einigen – vor allem nördlichen – Ländern allmählich um europäische Themen zu drehen. So gibt eine Analyse des Europawahlkampfs 2014 Hinweise darauf, dass zuletzt nicht mehr in allen Mitgliedsstaaten der Fokus auf nationalen Themen lag:

“There were however also member states where the campaign focused completely or for a large part on the EU itself. The was [sic!] most noteworthy in Sweden, but also the case in other countries like Denmark, Luxembourg, the Netherlands, Germany and Estonia” (Van den Berge 2014: 3)¹⁹.

In manchen Ländern lässt sich empirisch nur sehr schwer bestimmen, inwieweit nationale Themen im Jahr 2014 die Wahlkampagnen beherrschten, da die Herangehensweise der verschiedenen Parteien an den Europawahlkampf innerhalb bestimmter Länder sehr unterschiedlich war – vor allem in Großbritannien, Frankreich, Polen und Österreich (vgl. (Van den Berge 2014: 3). Zudem können bestimmte Themen nicht eindeutig den bestimmten Kategorien zugeordnet werden, da sie sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene von Wichtigkeit sind, dies bedeutet, dass die Grenze zwischen national und europäisch unschärfer wird:

“Issues are more and more intertwined, with a topic as youth unemployment or migration that can be framed in terms of national or EU causes and remedies. This duality was prominent in for instance the UK, Cyprus and Hungary“ (Van den Berge 2014: 3).

So ließ sich interessanterweise 2014 auch ein umgekehrter Trend feststellen. Es hat sich gezeigt, dass Eurothemen in nationalen Wahlkämpfen zunehmend eine größere Rolle spielen:

“Following the economic and financial crisis, national elections have been much more 'Europeanized' than ever before, especially in eurozone countries“ (Van den Berge 2014: 4).

¹⁹ Details zur Studie: vgl. Fußnote 28.

3.2.2 Geringe Wahlbeteiligung

Der geringen Wahlbeteiligung bei Europawahlen wird sowohl in der wissenschaftlichen Literatur als auch in der Medienberichterstattung viel Bedauern entgegengebracht. Während bei der ersten Direktwahl im Jahr 1979 die Wahlbeteiligung 61,99 Prozent betrug, so lag sie im Jahr 2014 bei 42,61 Prozent.

Jahr	Zahl der Mitgliedsstaaten	Wahlbeteiligung
1979	9	61,99 Prozent
1984	10	58,98 Prozent
1989	12	58,41 Prozent
1994	12	56,67 Prozent
1999	15	49,51 Prozent
2004	25	45,47 Prozent
2009	27	42,97 Prozent
2014	28	42,61 Prozent

(vgl. Europäisches Parlament 2015a)

In einigen Analysen der Europawahl 2014, die knapp nach der Wahl veröffentlicht wurden, sind Freudenbekundungen über eine erstmals gestiegene Wahlbeteiligung zu finden – denn es war zunächst eine europaweite Wahlbeteiligung von mehr als 43% errechnet worden. Das endgültige Ergebnis ergab schließlich jedoch einen neuerlichen Rückgang der Wahlbeteiligung (vgl. Göler/Jopp 2014: 152; Handelsblatt 2014; Kleine Zeitung 2014).

Schmitt/Hobolt/Popa argumentieren, dass bei der Interpretation der rückläufigen Wahlbeteiligung, die unterschiedlichen Wahltraditionen der verschiedenen Mitgliedsländer miteinbezogen werden sollten:

“[...] it is worth noting that this decline in average levels of turnout in EP elections can be largely accounted for by the changing composition of the EU electorate due to the multiple EU enlargements to countries with lower turnout habits” (Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 6).

Zudem sei zu beachten, dass die Wahlbeteiligung im Jahr 2014 in einzelnen Mitgliedsländern im Vergleich zu vorangegangenen Europawahlen gestiegen sei:

“[...] when we exclude turnout in Croatia – the Union's most recent member that did not participate in the 2009 election – turnout across the EU was slightly higher than in 2009 at 43.78%. Furthermore, in 10 of the 28 countries, we notice an increase in turnout” (Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 11).

Berücksichtigt man darüber hinaus folgende Faktoren, so kann die Wahlbeteiligung bei Europawahlen sogar als relativ stabil angesehen werden: Erstens nehmen auch an nationalen Wahlen immer weniger BürgerInnen teil. Zweitens wird die Zahl der Mitgliedsstaaten in denen Wahlpflicht herrscht immer weniger. Drittens sinkt der Anteil an Staaten, in welchen zeitgleich mit der Europawahl auch nationale Wahlen abhalten werden. Zudem zählen viertens seit den jüngsten Erweiterungsrounden Länder zur Europäischen Union, welche traditionell – also auch bei nationalen Wahlen – eine geringe Wahlbeteiligung verzeichnen (vgl. Hix/Høyland 2011: 147).

Diese Argumente dürfen jedoch keinesfalls davon ablenken, dass die verheerend geringe Wahlbeteiligung in manchen Mitgliedsstaaten demokratiepolitisch äußerst bedenklich ist. So gaben bei der Europawahl 2014 in Tschechien nur 18,2 Prozent der Wahlberechtigten ihre Stimme ab, in der Slowakei – dem Land mit der europaweit geringsten Wahlbeteiligung – waren es sogar nur 13,05 Prozent (vgl. Europäisches Parlament 2015a).

3.2.3 Es steht nicht viel auf dem Spiel

Als schwierig hat sich herausgestellt, den europäischen BürgerInnen zu vermitteln, warum ihre Stimmabgabe bei Europawahlen von Wichtigkeit ist. Analysen ergaben, dass ein sehr großer Teil der WählerInnen annimmt, dass bei diesen Wahlen nicht viel auf dem Spiel stehe. Shackleton (vgl. 2012: 144) verweist darauf, dass die meisten Politikfelder, welche die europäischen BürgerInnen direkt betreffen, wie beispielsweise Gesundheitspolitik, Bildung und Steuern immer noch auf nationaler Ebene diskutiert und abgestimmt werden. Daher sei es für die WählerInnen nur schwer ersichtlich, weshalb Europawahlen stattfinden:

“The collective character of decisions in the EU makes it difficult for voters to identify whom to reward or punish for particular policy outcomes when they participate in European elections. Election turnout, from this point of view, need not be considered particularly poor” (Shackleton 2012: 144).

Europawahlen in den Medien

In vielen Mitgliedsstaaten trugen auch die nationalen Medien bisher kaum dazu bei, ihren RezipientInnen Sinn und die Bedeutung von Europawahlen zu vermitteln. Seit langem wird kritisiert, dass die Berichterstattung über Europawahlen durchwegs dürftig ausfällt:

„[...] the coverage of EP elections differs between countries, but only to the extent that some countries' media provide their publics with the most basic coverage while others fail to do even that“ (Bale 2005: 181).

Forschungsergebnisse deuten weiters darauf hin, dass der Ton in der Berichterstattung über Europawahlen negativer geworden ist:

“[...] according to research carried out by Leroy/Siune (1994)²⁰ and Reiser (1994)²¹ in the mid-nineties, coverage on the 1979 European elections was still predominantly positive whereas in 1994 this had already changed to the negative. Recent research suggests that, despite indicators for an increase of EU related coverage in the broadsheet press (cf. Lucht/Tréfas 2006²²) the negative trend in reporting on EU issues has not been reversed“ (Spanier 2012: 21).

²⁰ Leroy, Pascale/Siune, Karen (1994): The Role of Television in European Elections – The Cases of Belgium and Denmark“ European Journal of Communication 9 (1). 47-69.

²¹ Reiser, Stefan (1994): Parteienkampagne und Medienberichterstattung im Europa-Wahlkampf 1989. Eine Unterrichtung zu Dependenz und Autonomieverlust im Verhältnis von Massenmedien und Politik. Konstanz: Ölschläger.

²² Lucht, Jens/Tréfas, David (2006): Hat Europa eine Identität? Eine Zeitreihenbasierte Untersuchung der öffentlich europäischen Kommunikation von 1951 bis 2005. Fög discussion papers DI-2006-0001. Zürich: Fög-Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft.

3.3 Das Konzept der SpitzenkandidatInnen 2014

Das Konzept der SpitzenkandidatInnen, welches erstmals bei der Europawahl 2014 zum Einsatz kam, wurde durch den Vertrag von Lissabon ermöglicht. Dieser schreibt fest, dass der Europäische Rat beim Vorschlag eines/r KandidatIn für das Amt des/der KommissionspräsidentIn an das Europäische Parlament das Ergebnis der Wahlen zum Europäischen Parlaments zu berücksichtigen habe:

„Der Europäische Rat schlägt dem Europäischen Parlament nach entsprechenden Konsultationen mit qualifizierter Mehrheit einen Kandidaten für das Amt des Präsidenten der Kommission vor; dabei berücksichtigt er das Ergebnis der Wahlen zum Europäischen Parlament. Das Europäische Parlament wählt diesen Kandidaten mit der Mehrheit seiner Mitglieder. Erhält dieser Kandidat nicht die Mehrheit, so schlägt der Europäische Rat dem Europäischen Parlament innerhalb eines Monats mit qualifizierter Mehrheit einen neuen Kandidaten vor, für dessen Wahl das Europäische Parlament dasselbe Verfahren anwendet“ (EUV, Artikel 17, 7).

Der Begriff der „SpitzenkandidatInnen“ wird im Vertragstext nicht erwähnt. Aus gutem Grund, denn lange Zeit erschien es als unwahrscheinlich, dass die Regierungen der Nationalstaaten eine derartige Politisierung des Europawahlkampfes zulassen würden:

„Because the power of the member states in the EU would be challenged by either a more powerful European Parliament or an elected Commission President, many governments are reluctant to allow a more open contest for the Commission President or a more central role for the political groups in the European Parliament in the election of this office. However, we may be getting close to the point when governments are punished by their voters for failing to take key decisions at the European level and the very existence of the EU is under threat“ (Hix/Høyland 2011: 158).

Vor diesem Hintergrund kann der Einsatz des Konzepts der SpitzenkandidatInnen bei der Europawahl 2014 als bemerkenswerte Entwicklung in der Geschichte der Europäischen Union interpretiert werden.

Fünf Europaparteien ernannten im Jahr 2014 SpitzenkandidatInnen:

Name	Partei	Nationalität
Jean-Claude Juncker	Europäische Volkspartei (EVP)	Luxemburg
Martin Schulz	Sozialdemokratische Partei Europas (SPE)	Deutschland
Guy Verhofstadt Olli Rehn	Allianz der Liberalen und Demokraten für Europa (ALDE)	Belgien Finnland
Ska Keller José Bové	Europäische Grüne Partei	Deutschland Frankreich
Alexis Tsipras	Partei der Europäischen Linken	Griechenland

Guy Verhofstadt und Olli Rehn (ALDE) sowie Ska Keller und José Bové (Europäische Grüne Partei) traten jeweils als Duo für ihre Parteien an (vgl. ALDE 2014; vgl. European Green Party 2014). Die Grünen hatten zudem Vorwahlen im Internet veranstaltet, welche allerdings kaum Beachtung fanden:

„Nach Angaben der Partei gaben nur 22.656 ihre Stimme bei den ‚Green Primaries‘ genannten Vorwahlen ab. Bei europaweit 375 Millionen Wahlberechtigten macht das eine Beteiligung von etwa 0,006 Prozent. Berechnet man mit ein, dass die Grünen alle Europäer vom 16. Lebensjahr an zur Abstimmung aufgerufen haben, ist die Zahl sogar noch kleiner“ (Süddeutsche.de 2014).

Über das Wahlkampfbudget der Europäischen SpitzenkandidatInnen gibt die Studie von Schmitt/Hobolt/Popa (2015: 5) folgende Auskunft:

“The five candidates had a total budget of €4.5 million²³, with Schulz, Juncker, and Verhofstadt commanding most of it (this can be compared to an estimated spending of \$2.6 billion²⁴ in the last US presidential elections)“.

²³ Die Informationen über das Wahlkampfbudget der europäischen SpitzenkandidatInnen entstammen einem „euobserver“-Artikel: Pop, Valentina (2014): „Buses, selfies, posters: EU campaign in full swing“. In: euobserver. 16. Mai 2014. URL: <https://euobserver.com/eu-elections/124152> abgerufen am 25. Juli 2015.

²⁴ In Bezug auf das US-Wahlkampfbudget 2012 sind Medienberichte zu finden, welche die Gesamtkosten des Wahlkampfs mit sechs Milliarden Dollar beziffern:

Im folgenden Abschnitt wird auf die Ziele eingegangen, welche hinter dem Konzept der SpitzenkandidatInnen stehen: Personalisierung, Partizipation und Politisierung. Im Anschluss wird in Kapitel 3.4 die Kritik am Konzept der SpitzenkandidatInnen thematisiert.

3.3.1 Personalisierung

Völlig offensichtlich dient das Konzept der SpitzenkandidatInnen zunächst dazu, Europawahlen in allen Mitgliedsstaaten mit denselben Gesichtern zu verbinden. Auch wenn diese Gesichter bei der Europawahl 2014 noch nicht in allen Staaten (gleichermaßen) wahrgenommen wurden (vgl. Kapitel 3.5), so lautet die Hoffnung, dass diese Personalisierung bei künftigen Europawahlen zu einem erkennbaren Mobilisierungseffekt führen wird – vor allem dann, wenn möglicherweise ein/e bisherige/r AmtsinhaberIn zu den SpitzenkandidatInnen zählt (vgl. Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 18).

Wie bereits in Kapitel 2.2.2 ausgeführt, zählt Personalisierung zu den wichtigsten Nachrichtenfaktoren. Praktisch alle relevanten Nachrichtenfaktoren-Kataloge listen Kategorien auf, welche „mit Begriffen wie Prominenz, Personalisierung, bekannte Personen oder Elite bezeichnet werden“ (Schierl 2007: 256). Die große Bedeutung bekannter Persönlichkeiten in Wahlkämpfen ist daher seit jeher unumstritten. Schon 1978, im Jahr vor der ersten Direktwahl bedauerten die Politikwissenschaftler Wichard Woyke und Udo Steffens, dass es damals an klingenden Namen unter den KandidatInnen für die Europäische Versammlung mangelte:

„Lange bevor der Termin für die erste Direktwahl endgültig feststand, meldete eine Vielzahl von Politikern der ‚ersten Garnitur‘ ihre Kandidatur für das Europäische Parlament an. In der Kandidatur solcher Politiker liegt die Hoffnung auf Aufwertung des Ansehens des Europäischen Parlaments begründet. [...] Je näher jedoch der Wahltermin rückt, desto unklarer wird die Kandidatur prominenter Politiker. [...] Willy Brandt, der zunächst bekanntgab, daß er selbstverständlich als einer der ersten für das Europäische Parlament kandidiere, erklärte im Juni 1978: ‚Ich bin bekanntlich kein Arbeitsloser, wenn meine Partei es wünscht, werde ich das mit meinen Verpflichtungen abzuwägen haben‘. [...] Und der französische sozialistische Spitzenkandidat François Mitterrand, strebt nach wie vor das französische Präsidentenamt bei den Wahlen 1981 an, so daß für ihn eine Kandidatur auch nicht in Frage kommt“ (Woyke/Steffens 1978: 105f).

Der Spiegel (2012): Obama vs. Romney: US-Wahlkampf kostet sechs Milliarden Dollar. 1. November 2012. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/wahlkampf-in-den-usa-kostet-sechs-milliarden-dollar-a-864830.html> abgerufen am 25. Juli 2015.

Da das Europäische Parlament über Jahrzehnte mit wenig Kompetenzen ausgestattet war („Debattierklub ohne Macht“), konnten sich „PolitikerInnen der ersten Garnitur“ zunächst nicht für eine Kandidatur bei Europawahlen begeistern lassen: *„Die EU gilt vielen als eine Art Seniorenheim für ausgemusterte Politiker“* heißt es in einem Artikel der Süddeutschen Zeitung mit dem spöttischen Titel *„Hast du einen Opa, schick ihn nach Europa“* (vgl. Zimmer 2014). Da sich die Zeiten längst geändert haben, weil das Europäische Parlament seit Inkrafttreten der Einheitlichen Europäischen Akte immer weiter aufgewertet wurde, versuchte auch der genannte Artikel in der Vorwahlberichterstattung 2014 mit diesem Mythos aufzuräumen:

„Dank der neuen Kompetenzen sei das Plenum zu einem ‚Arbeitsparlament‘ geworden, sagt heute sogar Europaveteran Elmar Brok. Der CDU-Mann sitzt bereits seit der ersten Legislaturperiode in Straßburg. Damals, als ‚junger Wilder‘, prägte er kurz vor seiner Wahl ins Europäische Parlament selbst den Spottspruch vom Europa-Opa. Mittlerweile sammeln junge Politiker in Brüssel und Straßburg wichtige Erfahrungen und empfehlen sich damit möglicherweise für weitere Aufgaben. So wollen etwa deutsche Jungpolitiker wie Julia Reda, 28, von den Piraten oder Ska Keller, 32, die Spitzenkandidatin der Europäischen Grünen, einen der Sitze in Straßburg gewinnen“ (Zimmer 2014).

3.3.2 Partizipation

Das Konzept der SpitzenkandidatInnen den WählerInnen ermöglicht der Bevölkerung eine neue Form der Partizipation. Die BürgerInnen erhalten die Gelegenheit mitzuentcheiden, wer der/die nächste KommissionspräsidentIn werden soll. Durch diese Vermittlung des Gefühls von mehr Mitbestimmungsmöglichkeit soll es für sie klarer werden, warum es von Bedeutung ist, bei der Europawahl ihre Stimmen abzugeben.

Von diesem nachvollziehbaren Zugewinn an Mitbestimmungsmöglichkeit ist auch ein belebender Effekt auf die europäische politische Kommunikation zu erwarten. Eder/Kantner erklärten bereits im Jahr 2000, dass mangelnde Partizipationsmöglichkeiten „zähmend“ auf die europäische politische Kommunikation wirken:

„An diesem Mangel an rechtlich garantierten Partizipationsmöglichkeiten mag es auch liegen, dass europäische politische Kommunikation zunächst eher ‚zahm‘ ist. Ihr Kritikpotential und ihre zivilgesellschaftliche Mobilisierungsfähigkeit werden durch fehlende Partizipationsmöglichkeiten auf der europäischen Ebene eingeschränkt und auf die demokratisch verantwortlichen Ebenen des Nationalstaats konzentriert“ (Eder/Kantner 2000: 328f).

Daraus lässt sich ableiten, dass europäische SpitzenkandidatInnen bei kommenden Europawahlen zunehmend gefordert sein werden den WählerInnen ihre Positionen klar zu vermitteln. Sie werden deutliche Standpunkte beziehen müssen um sich voneinander abzugrenzen. Wenn dies gelingt, könnten sich künftige Europawahlkämpfe tatsächlich zu Auseinandersetzungen entwickeln, in welchen sachpolitische Themen von gesamteuropäischer Bedeutung diskutiert werden. Offerhaus betont, dass die Aufmerksamkeit der europäischen WählerInnen nur dann gewonnen werden könne, wenn ihnen vermittelt werde, dass sie zwischen *„echten inhaltlichen Alternativen wählen können“* (Offerhaus 2014). Dies sei bisher bei Europawahlen nicht der Fall gewesen, da seit Jahrzehnten lediglich um die Wahlbeteiligung geworben wurde, welche dazu dienen sollte Europa zu stärken (vgl. Offerhaus 2014).

2014 gelang es den SpitzenkandidatInnen allerdings (noch) nicht, die Kontroversität des Wahlkampfs entscheidend zu steigern²⁵. So hatten in den TV-Debatten der SpitzenkandidatInnen *„sowohl die Moderatoren als auch das Publikum Probleme, deutliche Unterschiede zwischen den Antworten der Kandidaten zu finden“* (Christiansen 2015: 35).

3.3.3 Politisierung

Der Einsatz der SpitzenkandidatInnen im Europawahlkampf forciert den politischen Wettstreit zwischen den europäischen Parteien, welcher von manchen AutorInnen²⁶ schon lange gefordert wird. Hix (vgl. 2008: 164) argumentiert beispielsweise, dass es im politischen Prozess Gewinner und Verlierer bedürfe, um das Demokratiedefizits der Europäischen Union zu reduzieren. Als einen der Gründe²⁷, warum politischer Wettstreit auf europäischer Ebene

²⁵ Als grundlegendes Problem mag hier die vorherrschende Kultur des Kompromisses in der EU-Politik gelten. Ein/e AnwärterIn auf das Amt der KommissionspräsidentIn wird nicht mit einem „brutalen“ Wahlkampf riskieren wollen, die anderen Parteien völlig vor den Kopf zu stoßen, da dies bei der späteren Zusammenarbeit zu großen Schwierigkeiten führen könnte: *„Trotz des Trends hin zu einer stärkeren ‚Präsidentialisierung‘ der Kommission, hängt die Macht des Kommissionspräsidenten, politische Ergebnisse zu erzielen, davon ab, die verschiedenen Interessen innerhalb und außerhalb der Europäischen Kommission auszugleichen“* (Christiansen 2015: 36).

²⁶ Die Besetzung des Amts des/der KommissionspräsidentIn in den Europawahlkampf miteinzubeziehen forderte Hix im Jahr 2008 in einem Buchkapitel mit dem Titel *“A scenario: the 2009 European Commission President contest“* (vgl. Hix 2008: 164; vgl. Hix 2008: 166ff).

²⁷ Why political competition is a good thing: 1) Political competition promotes policy innovation and joined-up policy-making. 2) Political competition promotes the formation of cross-institutional coalitions. 3) Political competition provides incentives for the media to cover what goes on in Brussels. 4) Political deliberation enables people to form opinions about politics. 5) Political competition

eine gute Sache sei (vgl. Hix 2008: 98ff) nennt er den Anreiz für mehr Medienberichterstattung. Seiner Ansicht nach sei es nicht ausreichend, europäische Gesichter zu zeigen – es müsse auch „Drama“ mitgeliefert werden, welches den Medien als Berichterstattungsstoff dienen kann:

“So, we will not be able to understand or engage with politics at the European level until the media, which is still mainly at the national level, provides greater coverage of the personalities and positions of the key actors in Brussels: such as the key commissioners and the leaders of the parties in the European Parliament in addition to the leading prime ministers, foreign ministers and finance ministers in the various policy debates. But, until there is genuine political drama and intrigue in Brussels, TV and newspaper editors will have no incentive to cover EU politics” (Hix 2008: 102).

Hix vermutet, dass mehr politischer Wettstreit zu einer veränderten Darstellung der Europäischen Union in den Medien führen würde und europäische Sichtweisen sich in der Berichterstattung in der Folge durchsetzen würden:

“A more vigorous EU political ‘soap opera’ would create incentives for the media to cultivate the key personalities in Brussels and to cover European-level policy debates instead of portraying EU politics as battles of ‘us versus them’” (Hix 2008: 108).

Politisierung als mögliche Gefahr für die europäische Integration

Es herrscht in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung allerdings keine Einigkeit darüber, dass eine zunehmende Politisierung der Europäischen Union automatisch zu mehr Europäisierung führen werde. So vertreten manche AutorInnen die Meinung, dass voranschreitende Politisierung auf europäischer Ebene sogar das Gegenteil, also eine Renationalisierung des EU-bezogenen Diskurses, mit sich bringen könne (vgl. Risse 2015: 143). Denn es sei zu befürchten, dass Politisierung zu große Erwartungen wecke, die am Ende nicht gehalten werden können. Somit bestehe die Gefahr, dass sich durch Politisierung die Lücke zwischen der Europäischen Union und ihren BürgerInnen schlussendlich sogar vergrößern und die europäischen Parteien zerreißen könnte, da die Mehrheit der europäischen Parteien offensichtlich die europäische Integration viel stärker unterstütze als ihre WählerInnen (vgl. Bartolini 2006: 41f). Als größte Gefahr sieht Bartolini, dass sich eine Politisierung auf *“constitutive issues”* – also Themen wie Mitgliedschaft,

produces a mandate for policy change. 6) Democratic politics leads to the formation of new political identities. (Vgl. Hix 2008: 98ff).

Kompetenzaufteilungen und Entscheidungsregeln – auswirken könnte und dies Spannungen mit sich bringen würde, mit welchen die Europäische Union nicht zurechtkommen würde:

“Mass contentious politics is unable to solve issues of membership, competence, and decisional rules, but there is at least the possibility that it contributes to radicalise them and make them not manageable by politically responsible elites who are constrained by the public commitment they have been obliged to take” (Bartolini 2006: 44).

Eine weitere Warnung vor mehr Politisierung besagt, dass eine vom Parlament dominierte Europäische Union oder direkt gewählte KommissarInnen große Veränderungen des Politikprozesses mit sich bringen würden, was wiederum Umverteilungseffekte zur Folge hätte. Denn im Wettstreit um politische Mehrheiten würden sich die EntscheidungsträgerInnen zwangsläufig für die Interessen ihrer UnterstützerInnen einsetzen, anstatt auch die Interessen von Minderheiten zu berücksichtigen oder das europäische Gesamtinteresse zu vertreten. Nach dieser Annahme würde Politisierung die Legitimität der Europäischen Union schwächen statt stärken (vgl. Hix/Høyland 2011: 134). Dieser Befürchtung entgegnet Hix mit folgendem Argument:

“The EU system has so many checks-and-balances to protect the interests of minorities and ensure that large coalitions have to be constructed, that a moderate injection of political contestation would not upset the basic institutional framework” (Hix 2006: 26).

Pessimistisch fällt hingegen das Urteil von Grande/Kriesi aus. Die beiden Autoren verweisen darauf, dass sich die bereits stattfindende Politisierung Europas nicht im Sinne der UnterstützerInnen der Europäischen Integration gestalten lässt, da es EuropagegnerInnen viel besser als EuropabefürworterInnen gelinge die europäische Bevölkerung zu mobilisieren. Aus einer normativen Perspektive, die ein kosmopolitisches Europa anstrebt, sei daher die aktuelle Politisierung Europas als enttäuschend, wenn nicht sogar beängstigend zu beurteilen. (Vgl. Grande/Kriesi 2015: 222).

Hingewiesen sei zuletzt auch darauf, dass ein erhöhter Stellenwert der öffentlichen Meinung für europäische EntscheidungsträgerInnen auch insofern negative Effekte mit sich bringen könnte, wenn im politischen Entscheidungsprozess die Frage, ob die Mehrheitsmeinung richtig oder falsch sei, gegenüber ihrer Legitimation als Feedbackschleife sekundär wird (vgl. Ditcher 2011: 125). Denn das Spannungsfeld zwischen Medien und Politik kann sich für PolitikerInnen zu einer hyper-reaktiven Umgebung entwickeln und PolitikerInnen dazu verleiten oder dazu drängen reflexartig auf Umfrageergebnisse zu reagieren:

“Instead of pursuing strategic goals and being judged according to results, their activity is scrutinized live: it is as if the patient on the surgical table has acquired the right to scream, ‘It hurts, stop cutting!’ so that the operation is suspended, re-started at some other place, stopped again, and so on“ (Ditchev 2011: 129).

3.4 Kritik am Konzept der SpitzenkandidatInnen

*„Die Kommission braucht keine
Parteisoldaten als Spitzenkandidaten, sondern
kompetente Langweiler als Spitzenbeamte.“
(Wohlgemuth 2014: 254)*

Kritik am Konzept der SpitzenkandidatInnen wurde in verschiedenen wissenschaftlichen Fachartikeln bereits im Vorfeld der Europawahl 2014 laut. Es wurde prognostiziert, dass das Konzept möglicherweise nicht halten könne, was es verspreche, da die angestrebte Politisierung des Europawahlkampfes nicht zur politisch-institutionellen Architektur der Europäischen Union passe:

„Auf Politisierung und eine konfrontative Strategie zu setzen, ist nur auf den ersten Blick ein Erfolg versprechender Ansatz. Selbst wenn die Wahlbeteiligung, nach einem intensiv geführten europäischen Wahlkampf, ansteigen sollte, würde sich schon bald Ernüchterung und Enttäuschung einstellen. Die Wähler würden unverändert zu Zeugen von intransparenten Aushandlungsprozessen (mit dem wahrscheinlichen Ziel und Ergebnis einer Paketlösung bei der Entscheidung über mehrere neu zu besetzende höchste Ämter) und sie würden rasch erfahren, dass die von den Kandidaten gemachten politisch-programmatischen Verheißungen nicht umgesetzt werden könnten. Eine Verbesserung der demokratischen Legitimität würde nicht erreicht. Der Hauptgrund dafür ist, dass der neue Ansatz nicht zur politisch-institutionellen Architektur der EU passt und – wider besseres Wissen – den Charakter eines auf Ausgleich, Konsens und Kompromiss ausgerichteten politischen Systems negiert“ (Hrbek 2014a: 245).

Als weiteres Argument gegen eine Politisierung der Europawahlen durch das Konzept der SpitzenkandidatInnen wurde die notwendige parteipolitische Neutralität der Kommission als „Hüterin der Verträge“ genannt:

„Ein EU-Kommissionspräsident, der seinen Posten dem Erfolg seiner Parteiengruppe zu verdanken hätte, wäre dieser und seinen eigenen Wahlversprechen auch verpflichtet; sonst machte er sich unglaublich. Die Aufgabe der Kommission ist aber nicht die Ausführung parteipolitischer Programme, sondern europäischer Verträge. Die Kommission wurde bewusst als ‚Hüterin der Verträge‘ und als neutrale Schiedsrichterin der Einhaltung von Verpflichtungen der Mitgliedstaaten ‚entpolitisiert‘“ (Wohlgemuth 2014: 253f).

Auch die innerhalb der Parteifamilien je nach Länderinteressen unterschiedlichen Zugänge zu bestimmten Themenv- wie etwa zu Eurobonds oder Schuldentilgungsfonds – wurden für den Wahlkampf der SpitzenkandidatInnen als problematisch eingeschätzt:

„Die EU-Spitzenkandidaten dieser Parteien werden sich also, wenn sie durch verschiedene Länder reisen, entweder ins Unverbindliche („mehr Europa“) flüchten oder jeweils deutlich andere Reden halten müssen – sonst gibt es Ärger mit ihren nationalen Parteifreunden und deren Wählerschaft“ (Wohlgemuth 2014: 251).

Kritisch angemerkt wurde weiters, dass das Konzept der SpitzenkandidatInnen die Zahl möglicher KandidatInnen für das Amt des/der KommissionspräsidentIn einschränke. Denn einerseits hätten dadurch nur noch die KandidatInnen der Großparteien reelle Chancen auf das Amt – ein/e KompromisskandidatIn einer kleineren Partei käme nicht in Frage, wenn darauf bestanden werde, dass „das Ergebnis der Parlamentswahl“ berücksichtigt werden müsse, wie im Vertrag von Lissabon festgeschrieben. Hinzu komme:

„[...] dass geeignete Kandidaten aus dem Kreis erfolgreicher und amtierender Regierungschefs kaum mehr zu finden wären. Sie würden riskieren, sich im Wahlkampf zu verbrauchen, auf der europäischen Bühne zu verlieren und damit ihre nationale Karriere aufs Spiel zu setzen“ (Wohlgemuth 2014: 254).

3.5 SpitzenkandidatInnen 2014: Ergebnisse erster wissenschaftlicher Analysen

Zunächst lässt sich festhalten, dass das Konzept der SpitzenkandidatInnen den transnationalen Charakter des Europawahlkampfes verstärkt und verdeutlicht hat:

„Allein die Tatsache, dass es (zusätzlich zu den Spitzenkandidaten auf nationaler Ebene, die die nationalen Wahllisten ihrer Parteien anführten) Spitzenkandidaten auf europäischer Ebene gab, verlieh dem Prozess eine neue transnationale Dimension“ (Christiansen 2015: 30).

Die SpitzenkandidatInnen präsentierten sich nicht nur bei den erstmals durchgeführten TV-Debatten einem transnationalen Publikum, sondern suchten auch den persönlichen Kontakt mit den WählerInnen auf ihren Wahlkampftouren in zahlreichen Mitgliedsstaaten:

“In the two months prior to election day, Schulz had 38 visits in 20 countries, Juncker covered 17 countries and participated in 34 campaign visits (i.e. days spent in the country), while Verhofstadt had a more ‘modest’ presence with only 29 visits in 12 countries“ (Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 5).

Der folgende Abschnitt gibt Auskunft über erste wissenschaftliche Erkenntnisse über die durch die SpitzenkandidatInnen erzielten Effekte in Hinblick auf die Gewinnung der Aufmerksamkeit der Bevölkerung, WählerInnenmobilisierung und Medienberichterstattung.

Aufmerksamkeit

Ein TEPSA-Report (Trans European Policy Studies Association)²⁸, welcher auf Daten aus 24 Mitgliedsländern basiert, belegt eindeutig, dass die SpitzenkandidatInnen die meiste Aufmerksamkeit in Deutschland erhielten:

“Perhaps not surprising given the origins of the word and nationality of one of the key candidates, the novelty of the European ‘Spitzenkandidaten’ played the most important role in Germany. Martin Schulz, the candidate of the socialist PES party was very visible in the German campaign as he was also the front runner of the German Social-Democrats. Jean-Claude Juncker, the EPP’s candidate and former Prime Minister of Luxembourg, featured on some posters of the German Christian-Democrats, but less

²⁸ “This report sheds a light on the European Parliament election campaign in the member states, based on a survey among TEPSA members. It is based on qualitative input of experts within one week after the elections, making it a preliminary analysis with the aim to provide some new and pan-European insights on the EP election campaigns across the EU“ (Van den Berge 2014: 7).

so than Angela Merkel who did not run for EP elections or the post of Commission President. According to polls, at the time of the election, 80% of the German voters knew both Schulz and Juncker as 'Spitzenkandidaten'. The European candidates of the other three pan-European parties were hardly visible in the German campaign, even though one of the Green 'Spitzenkandidaten', Ska Keller came from Germany. [...] In Luxembourg there was a lot of media attention for the candidature of Jean-Claude Juncker. He was supported by the public at large and also across political party lines in Luxembourg. [...] Guy Verhofstadt campaigned in Belgium as the candidate from the liberal ALDE party, though in his home country the campaign focused on the national elections that were held the same day. Besides Ska Keller, the European Green Party had another candidate, the French José Bové, who didn't have a lot of visibility in France or elsewhere. The nominee of the radical Party of the Left, was the Greek Alexis Tsipras, who was very visible in his own country as leader of the opposition“ (Van den Berge 2014: 6).

Laut dem TEPSA-Report wurden die SpitzenkandidatInnen besonders in ihren Heimatländern wahrgenommen. Nach Christiansen (2015: 31) sei dies jedoch ein zweischneidiger Aspekt. Denn die KandidatInnen waren dazu verführt ihre Kampagnen „*vor allem in den Ländern zu führen, in denen sie bereits bekannt waren und wo erwartet werden konnte, dass ihre Anwesenheit einen positiven Effekt auf die Wähler haben würde.*“

Der ehemalige deutsche Europaparlamentsabgeordnete Klaus Hänsch fasste in einem Gastbeitrag in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zusammen:

„Die beabsichtigte Personalisierung der Wahlen zum Europäischen Parlament ist, jedenfalls in Deutschland, bis zu einem gewissen Grade erreicht worden, in anderen Ländern geringfügig, in der Mehrzahl überhaupt nicht. Hierzulande hat der europaweite Spitzenkandidat die SPD veranlasst, sich stärker als in früheren Wahlkämpfen zu engagieren und so zu einem deutlichen, jedoch keineswegs exorbitanten Stimmenzuwachs für seine Partei geführt. In anderen Ländern blieb das Engagement der Parteien wie bisher auf dem denkbar niedrigsten Niveau“ (Hänsch 2014).

Eine Rolle für die Präsenz der SpitzenkandidatInnen in bestimmten Ländern spielte zudem die Intensität der Verbindung der nationalen Parteien zu ihren europäischen Parteifamilien:

“The Italian New Democratic Party became a full member of the pan-European socialist party a few weeks before the start of the campaign and actively campaigned with Martin Schulz. Schulz was also visible in Austria and France, where the national

socialist leaders were not very popular (in Austria the front-runner on the EP list, in France foremost the president). In Slovenia and Poland Schulz was also visible on the election posters of the socialist party“ (Van den Berge 2014: 6).

Manche nationale Parteien wollten aber auch explizit nicht mit den europäischen SpitzenkandidatInnen in Zusammenhang gebracht werden. Gründe dafür waren ideologische Divergenzen mit den KandidatInnen oder die Auffassung, dass dies ihre Popularität nicht steigern würde. Als Beispiele nennt der TEPSA-Bericht die Mitgliedsstaaten Litauen, Portugal und UK (vgl. Van den Berge 2014: 6). Demnach waren die SpitzenkandidatInnen auf ihrer Wahlkampftour in manchen Ländern nicht willkommen. Laut Christiansen (vgl. 2015: 31) waren Großbritannien und Ungarn die einzigen Mitgliedsstaaten die daher weder von Juncker, Schulz noch Verhofstadt besucht wurden.

WählerInnenmobilisation

Der TEPSA-Bericht schreibt den SpitzenkandidatInnen bei der Europawahl 2014 nur beschränkten Einfluss auf die Wahlbeteiligung sowie auf die Wahlkampagnen in den Mitgliedsstaaten zu:

“The EU ‘Spitzenkandidaten’ seem to have wheeled only a limited impact on the campaign or the turnout. The novelty was enthusiastically discussed in Germany and Luxembourg, the home countries of the two main candidates. Some other national parties made use of the ‘Spitzenkandidaten’ to compensate for popularity issues within their leadership, but in most countries national parties did not actively promote the concept of candidates” (Van den Berge 2014: 7).

Ähnlich fällt das Resumé der Studie von Schmitt/Hobolt/Popa (2015) aus. Auch hier ist von geringen Mobilisierungseffekten durch die SpitzenkandidatInnen die Rede. Jene BürgerInnen, welche die SpitzenkandidatInnen kannten, gaben eher ihre Stimme ab:

“[...] our results suggest that they indeed did manage to make a difference. Based on the analysis of the representative post-election EES²⁹, we find that individual candidate recognition did positively affect the likelihood of EU citizens to participate. Citizens who knew the lead candidates were more likely to turn out. The campaign efforts of these

²⁹ *“Using data from the 2014 European Elections Study, an EU-wide post-election survey, we analyse whether and how the presence of the lead candidates influenced the individual probability to participate in these elections“ (Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 1).*

candidates also had a significant effect on electoral participation, both directly and in the interaction with personalization: campaign visits of the Spitzenkandidaten helped to further increase the likelihood of turnout among citizens who recognized them“ (Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 17).

Dennoch dürfen diese Effekte nach Schmitt/Hobolt/Popa nicht überbewertet werden, da sie nur in wenigen Mitgliedsstaaten zu erkennen waren:

“To be sure, these are fairly minor effects. Only a minority of our respondents, and hence of the members of the EU electorate, were able to identify correctly which political party the lead candidates belong to. And of course, this varies starkly between member countries” (Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 18).

SpitzenkandidatInnen und Medienberichterstattung

Es fanden neun TV-Debatten der Spitzenkandidaten in französischer, englischer und deutscher Sprache statt. Die Debatten waren im Internet, auf Euronews und auf ausgewählten nationalen TV-Sendern zu sehen. Eine post-Election-Umfrage, bei der BürgerInnen in 15 EU-Staaten befragt wurden, ergab, dass 15 Prozent der Europäischen BürgerInnen zumindest eine der TV-Debatten gesehen hatten (vgl. Schmitt/Hobolt/Popa 2015: 5).

Hix und Wilks-Heeg (2014) thematisieren in einem Blog-Eintrag, im “Monkey Cage“ der Washington Post, „den dramatischen Kontrast“ in der Nachrichtenberichterstattung über die SpitzenkandidatInnen in deutschen und britischen Medien:

“[...] the British press engaged in virtually no discussion of the two leading candidates in the eight weeks before the election or in the week after the election. In total, there were only 27 news articles that mentioned both Juncker and Schulz; an average of three per week. Over the same period, there were 1,905 articles in the German press that contained the names of these two. The bulk of this coverage occurred from early May onwards, with a sharp peak in coverage evident from week commencing 5 May. There was also a second peak in German media reporting in the week after the elections (commencing 26 May)“ (Hix/Wilkis-Heg 2014).

Die beiden Autoren erklären, dass die unterschiedliche Medienberichterstattung in den verschiedenen Ländern sowohl bei den WählerInnen als auch bei politischen Eliten zu abweichenden Sichtweisen auf die Europawahlen führen (vgl. Hix/Wilkis-Heg 2014).

Zweifelhaft erscheint tatsächlich, ob das Konzept der SpitzenkandidatInnen in den unterschiedlichen Wahltraditionen der 28 Mitgliedsstaaten mit derselben Bedeutung belegt ist – immerhin fand durch den Europawahlkampf 2014 das deutsche Wort „Spitzenkandidaten“ sogar Eingang in den englischen Sprachgebrauch.

Peñalver Garcia/Priestley verweisen darauf, dass die Wahlkampfkampagnen der SpitzenkandidatInnen zur Erhöhung des Medienechos der Europawahl 2014 beitragen konnten, beanstanden jedoch, dass die Kritik am Konzept der SpitzenkandidatInnen in der Medienberichterstattung viel Platz einnahm:

„Das Medienecho zu der Kampagne war um schätzungsweise 300 % stärker als 2009, teilweise wegen der neuen Spitzenkandidaten-Konfiguration, aber auch wegen des zunehmenden Erfolgs der Populisten. In den Medien wurde außerdem zu viel über allgemeine Zweifel am Spitzenkandidaten-Prozess diskutiert und zu wenig über die Kandidaten selbst“ (Peñalver Garcia/Priestley 2015: 10).

Das Europäische Parlament als institutioneller Gewinner

Einige AutorInnen betonen, dass das Europäische Parlament durch die Neuerung der SpitzenkandidatInnen nach der Europawahl 2014 als gestärkt hervorging: Denn schlussendlich gelang es erstmals einer Europawahl unmittelbare politische Folgewirkung zu verleihen, indem Jean-Claude Juncker, Spitzenkandidat der stimmenstärksten Partei, schlussendlich – trotz des Protests aus Großbritannien und Ungarn – tatsächlich neuer Kommissionspräsident wurde.

Obwohl die Europäische Volkspartei (EVP) mit ihrem Spitzenkandidat Jean-Claude Juncker bei der Europawahl 2014 eindeutig als stimmenstärkste Partei hervorging, gab es den Versuch von Staats- und Regierungschefs in den Wochen nach der Europawahl 2014 ihn als neuen Kommissionspräsidenten zu verhindern. Besonders scharf gegen Juncker sprach sich der britische Premierminister David Cameron aus, der in einem am 13. Juni 2014 veröffentlichten Schreiben – also rund drei Wochen nach der Europawahl – das Konzept der SpitzenkandidatInnen grundsätzlich in Frage stellte indem er erklärte, dass Juncker „von niemanden gewählt wurde“:

“Most Europeans did not vote in the European Parliament elections. Turnout declined in the majority of member states. Nowhere was Mr Juncker on the ballot paper. Even in Germany, where the concept of ‘Spitzenkandidaten’ got the most airtime, only 15% of voters even knew he was a candidate. He did not visit some member states. Those who voted did so to choose their MEP not the Commission President. Mr Juncker did

not stand anywhere and was not elected by anyone. To accept such a claim would be deeply damaging for Europe and would undermine, rather than strengthen, the EU's democratic legitimacy“ (Cameron 2014).

Das Europäische Parlament regierte schnell auf die Versuche mancher Staats- und Regierungschefs das Konzept der SpitzenkandidatInnen nach der Wahl noch umgehen zu wollen:

„Diese kurze Zeit nach der Wahl zeigte, dass das Europäische Parlament durch einen hohen Grad an innerer Geschlossenheit in dieser Personalfrage in der Lage war, die Konflikte und Unsicherheiten innerhalb des Europäischen Rates öffentlich zu machen“ (Christiansen 2015: 38).

BeobachterInnen kommen daher zu der Schlussfolgerung, dass das Europäische Parlament als institutioneller Gewinner in diesem Prozess anzusehen sei. Erkannt wird ein institutioneller Sieg des Europäischen Parlaments gegenüber den Staats- und Regierungsschefs im Europäischen Rat *„weil das Parlament so eine Neuauslegung der veränderten Vertragsgrundlagen erreichte“ (Heidbreder/Auracher 2015: 229).* Das konstitutionelle Gleichgewicht zwischen Parlament und Regierungen konnte dabei gehalten werden:

„Dieses [Das Europäische Parlament, Anm.] hat die im Vertrag enthaltenen Möglichkeiten zu einer Stärkung seiner Position in den inter-institutionellen Beziehungen ausgeschöpft, ohne dass sich das konstitutionelle Gleichgewicht zwischen Parlament und Regierungen, das für die institutionelle Architektur der Union prägend ist, im Kern geändert hat. Dieses Gleichgewicht, und damit auch das Faktum einer doppelten Legitimation der Union, ist einmal mehr bestätigt worden“ (Hrbek 2014b: 227).

Christiansen hält es für möglich, dass die Einführung der SpitzenkandidatInnen ein entscheidender Entwicklungsschritt gewesen sein könnte, der mit der ersten Direktwahl des Europäischen Parlaments 1979 vergleichbar sei:

„[...] bei diesen Wahlen ging es nicht nur erstmals um wirklich mehr, sondern sie könnten auch den Charakter des politischen Wettbewerbs grundlegend verändert und eine tektonische Verschiebung in den interinstitutionellen Beziehungen bewirkt haben, vergleichbar mit der Einführung der Direktwahlen 1979“ (Christiansen 2015: 26).

4. Resumé und Ausblick

Die im ersten Kapitel gestellten Forschungsfragen lassen sich aufgrund der durchgeführten Literaturrecherche wie folgt beantworten:

Warum wird eine Europäische Öffentlichkeit als notwendig erachtet?

In der Debatte um das Demokratiedefizit der Europäischen Union (vgl. Kapitel 2.1) wird eine Europäische Öffentlichkeit als Verbindungsglied zwischen der Entscheidungsebene der Europäischen Union und der Bevölkerung als notwendig angesehen, da diese Verbindung zwischen der politischen Ebene und den Interessen der BürgerInnen zur politischen Legitimation der Europäischen Union notwendig sei (vgl. Grimm 1995, vgl. Eriksen 2004, vgl. Spanier 2012). In einer Gemeinschaft von derzeit 28 Mitgliedsstaaten ist massenmediale Kommunikation das wirksamste Mittel zur Herstellung dieser Verbindung, wenngleich auch weitere Kommunikationsformen (persönliche BürgerInnen-dialoge der PolitikerInnen, Versammlungen, etc.) zur Herstellung Europäischer Öffentlichkeit beitragen können.

Zudem sind von einer Europäischen Öffentlichkeit die Erfüllung von Informations-, Kommunikations- sowie Transparenz-/Kontrollfunktionen gefordert (vgl. Kapitel 2). Zentral erscheinen hierbei die Aspekte der Förderung des gegenseitigen Verständnisses der BürgerInnen sowie die Unterstützung der Entstehung eines europäischen Demos: Nach Pfetsch/Heft (vgl. 2009: 36) wird öffentliche Kommunikation zur Aushandlung der Wirklichkeitskonstruktionen, Regeln und Normen benötigt, auf denen der Verständigungsprozess einer Gesellschaft beruhen.

Gibt es bereits Hinweise auf die Existenz einer Europäischen Öffentlichkeit?

Wird Europäische Öffentlichkeit, wie in der vorliegenden Arbeit, definiert als „Kommunikations-Parallelisierung“ in Europa, welche entsteht, wenn in verschiedenen Ländern über dieselben Themen zur selben Zeit im selben Referenzrahmen kommuniziert wird (vgl. Eder/Kantner 2000), so gibt es bereits Hinweise auf die Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit in Europa. Von Bedeutung in diesen Kommunikationsprozessen sind europäische Sichtweisen sowie gegenseitige Bezugnahmen in Form von supranationaler europäisierter Kommunikation sowie vertikaler und horizontaler Europäisierung der Kommunikationsverbindungen (vgl. Koopmans/Erbe 2003: 25). (Vgl. Kapitel 2.3.2).

Welche Effekte wird dem Konzept der SpitzenkandidatInnen in den ersten wissenschaftlichen Analysen der Europawahl 2014 zugeschrieben?

Dem Auftreten der SpitzenkandidatInnen werden geringe WählerInnenmobilitätseffekte in einigen wenigen Mitgliedsstaaten zugeschrieben. Die meiste Aufmerksamkeit erhielten sie jeweils in ihren Heimatländern. Den größten Bekanntheitsgrad erlangten sie in Deutschland, wobei selbst dort, die Effekte insgesamt als gering eingeschätzt werden müssen. Als Premiere gingen 2014 die neun TV-Debatten der SpitzenkandidatInnen in die Geschichte der Europawahlen ein. Insgesamt ist festzuhalten, dass die SpitzenkandidatInnen zur Erhöhung des Medienechos der Europawahl 2014 beitragen konnten, wobei die Kritik am Konzept der SpitzenkandidatInnen in der Medienberichterstattung viel Platz einnahm (vgl. Peñalver Garcia/Priestley 2015: 10). Zudem ist es durch das Konzept der SpitzenkandidatInnen gelungen dem Europawahlkampf 2014 einen transnationaleren Charakter zu verleihen (vgl. Christiansen 2015: 30), wenn auch nationale Parteien in bestimmten Mitgliedsstaaten explizit nicht mit den europäischen SpitzenkandidatInnen in Verbindung gebracht werden wollen.

Das Europäische Parlament wird nach dem ersten Einsatz der europäischen SpitzenkandidatInnen als institutioneller Gewinner in diesem Prozess angesehen (vgl. Kapitel 3.5).

Sind europäische SpitzenkandidatInnen ein wirksames Instrument zur Schaffung und Etablierung Europäischer Öffentlichkeit?

Den SpitzenkandidatInnen 2014 kann attestiert werden, dass sie während des Europawahlkampfes zur Herstellung von Europäischer Öffentlichkeit beigetragen haben, indem sie durch ihre Wahlkampfauftritte sowie insbesondere durch die erstmals durchgeführten TV-Duelle, welche im Internet sowie von ausgewählten Fernsehsendern ausgestrahlt wurden, dazu beigetragen haben, dass BürgerInnen aus verschiedenen Mitgliedsstaaten gleichzeitig über dieselben Themen zur selben Zeit im selben Referenzrahmen informiert wurden. Da die SpitzenkandidatInnen den Wahlkampf auch in Sozialen Netzwerken ausgetragen haben, entstand auch auf diesen Plattformen zusätzliche europäische Kommunikation.

Durch Personalisierung und Politisierung des Wahlkampfes trugen die SpitzenkandidatInnen weiters dazu bei, die Europawahlen 2014 zumindest für jene WählerInnen, deren Aufmerksamkeit sie erwecken konnten, greifbarer und verständlicher zu machen. Zudem erhöhten sie den Nachrichtenwert des Wahlkampfes für die Medien (vgl. Kapitel 2.2.2, 3.3.1 und 3.3.3). Mit der Vermittlung des Gefühls von mehr Mitbestimmungsmöglichkeit an die WählerInnen, zielt das Konzept der SpitzenkandidatInnen darauf ab, die bei der Bevölkerung weit verbreitete Annahme zu widerlegen, dass bei Europawahlen nicht viel auf dem Spiel stehe (vgl. Kapitel 3.2.3).

Zu vermuten ist weiters ein belebender Effekt auf die transnationale, politische Kommunikation. Falls sich bei der europäischen Bevölkerung die Auffassung durchsetzt, dass es durch die Möglichkeit zur Stimmabgabe für eine/n der europäischen SpitzenkandidatInnen künftig bei Europawahlen „um mehr geht“ als bei vorangegangenen Europawahlen, wird deutlich werden, dass durch den gemeinsamen, transnationalen Diskurs über die politischen Angebote der SpitzenkandidatInnen die Meinungsbildungsprozesse der WählerInnen beeinflusst werden können. Dies bedeutet, dass davon auszugehen ist, dass sobald sich in Europa das Bewusstsein darüber durchgesetzt hat, dass die WählerInnen mit ihrer Stimmabgabe für eine/n europäischen SpitzenkandidatIn eine relevante Wirkung auf die politische Ausrichtung Europas ausüben können, der massenmedialen Kommunikation über europäische/n SpitzenkandidatInnen zunehmend mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden wird (vgl. Kapitel 3.3.2).

BefürworterInnen der europäischen SpitzenkandidatInnen erhoffen sich daher, dass dieses Konzept bewirkt, dass sich Europawahlen von second-order zu first-order Elections entwickeln werden. Als wichtigste Ziele gelten dabei die Erhöhung der Wahlbeteiligung sowie die Etablierung eines transnationalen Charakters der Wahlkämpfe, welche von europapolitischen Themen dominiert werden.

Dennoch wird diese voranschreitende Politisierung von Europawahlkämpfen nicht universell als positiv angesehen. Die Kritikpunkte mancher AutorInnen reichen von dem Verweis darauf, dass politischer Wettstreit nicht zur politisch-institutionellen Architektur der Europäischen Union passe, bis hin zu der Warnung vor der Gefahr, dass Politisierung zu große Erwartungen wecke, die nicht gehalten werden können und schlussendlich die Lücke zwischen der Europäischen Union und ihren BürgerInnen sogar vergrößern sowie die europäischen Parteien zerreißen könnte (vgl. Kapitel 3.3.3 sowie 3.4).

Conclusio

Das Konzept der europäischen SpitzenkandidatInnen 2014 ist als bemerkenswerter Entwicklungsschritt in der Geschichte der Europawahlen einzuordnen – selbst wenn die messbaren WählerInnenmobilisierungseffekte insgesamt als gering gelten und die SpitzenkandidatInnen in manchen Mitgliedsstaaten überhaupt keine Aufmerksamkeit erhalten haben. Ähnlich wie nach der ersten Direktwahl des Parlaments im Jahr 1979 zeigen sich auch nach dem ersten Einsatz der europäischen SpitzenkandidatInnen 2014 die Effekte der neuen Entwicklung zumindest nicht unmittelbar deutlich. Denn wie auch die erste Direktwahl des Europäischen Parlaments 1979 keine sofortigen Kompetenzaufwertungen für das Parlament mit sich brachte, so sind auch die direkten Auswirkungen des ersten Einsatzes der europäischen SpitzenkandidatInnen bescheiden. Es erscheint jedoch als wahrscheinlich, dass dieses Konzept langfristig als bedeutende Veränderung der

Ausrichtung von Europawahlen zu verstehen sein wird. Darüber hinaus kann dem ersten Einsatz der SpitzenkandidatInnen 2014 – genauso wie der ersten Direktwahl des Parlaments 1979 – auch vor allem die Stärkung der transnationalen Vernetzung der Parteien als Hauptleistung zugeschrieben werden.

Dennoch bleibt offen in welche Richtung die Entwicklung gehen wird. Denn es besteht genauso die Möglichkeit, dass die europäischen SpitzenkandidatInnen durch ihren Beitrag zu mehr Politisierung sowie zur Schaffung von mehr Europäischer Öffentlichkeit – zwei Entwicklungen, welche von manchen AutorInnen in der Debatte um das Demokratiedefizit der Europäischen Union dringend geordert werden – eine unerwünschte, für die europäische Integration negative Entwicklung begünstigen können. Denn letztendlich könnten auch jene Recht behalten, die in einer wachsenden Europäischen Öffentlichkeit eine Gefahr vermuten. Mehr Europäische Öffentlichkeit könnte demnach schlussendlich auch zu weniger europäischer Integration führen. Nämlich dann, wenn stärker informierte BürgerInnen, welche sich aus denkbar unterschiedlichsten Gründen, als VerliererInnen im politischen Prozess sehen könnten, eine starke Opposition gegen das Projekt Europa zu bilden beginnen sollten.

Erste Gedanken an die Europawahl 2019

Noch liegen keine gesicherten Informationen darüber vor, ob und in welcher Form es bei der nächsten Europawahl 2019 wieder europäische SpitzenkandidatInnen geben wird. Es ist aus heutiger Sicht jedenfalls anzunehmen, dass die europäischen Parteien wieder SpitzenkandidatInnen nominieren werden. Als Weiterentwicklung des Konzepts sind Vorwahlen sowie transnationale Listen denkbar (vgl. Garcia/Priestley 2015; vgl. Güßregen 2013: 284). Der deutsche Europaparlamentarier Jo Leinen schlägt folgendes Szenario vor:

„Die transnationalen Listen könnten vom Spitzenkandidaten der jeweiligen europäischen Partei angeführt werden, wodurch diese von allen europäischen Wähler/innen auch tatsächlich wählbar wären“ (Leinen 2015).

Peñalver Garcia/Priestley (vgl. 2015: 17) fordern darüberhinaus von den europäischen Parteien auch außerhalb der Wahlkampfzeiten mehr Präsenz. Es sei nicht genug, wenn sie nur in den Wochen vor den Europawahlen um Unterstützung werben, sie sollten *„permanent Anhänger mobilisieren, um sich nach und nach eine stärkere Basis aus Parteimitgliedern aufzubauen“ (Peñalver Garcia/Priestley 2015: 17)*

Zuletzt sei daran erinnert, dass sich der europäische Integrationsprozess in turbulenten Zeiten befindet. Der Schuldenstreit mit Griechenland, die Ankündigung eines Referendums in Großbritannien über einen Ausstieg aus der Europäischen Union sowie der Aufstieg europaskeptischer Parteien stellen die europäische Integration auf harte Proben. Daher ist überhaupt nicht absehbar, in welchem Zustand sich die Europäische Union zum Zeitpunkt der nächsten Europawahlen im Jahr 2019 befinden wird.

Doch egal welche Schwierigkeiten und Turbulenzen in den kommenden Jahren noch folgen mögen, der gemeinsame Dialog zwischen den EuropäerInnen soll gerade aufgrund der vielen gemeinsamen Probleme weiter forciert und wertgeschätzt werden. In einem Zeitalter in welchem aufgrund der technischen Möglichkeiten Kommunikationsprozesse über Ländergrenzen hinweg völlig problemlos funktionieren, muss die transnationale, öffentliche Diskussion über grundlegende gemeinsame Herausforderungen eine zentrale Rolle im europäischen Verständigungsprozess einnehmen. Daher erscheint jede Anstrengung zur Schaffung und Etablierung von mehr Europäischer Öffentlichkeit als erstrebenswert und notwendig. Mit der Einführung europäischer SpitzenkandidatInnen als politische Identifikationsfiguren bei Europawahlkämpfen, welche den transnationalen Dialog fördern und zur (massenmedial verbreiteten) Diskussion einladen, scheint daher im Jahr 2014 ein Schritt in die richtige Richtung gemacht worden zu sein.

5. Abstract

English

In the controversial debate about the democratic deficit of the European Union, European Parliament election are frequently criticised as not being about Europe. Voters and media treat them as second-order national elections as they assume that there is not much at stake at elections on the European level. Consequently voter turnout has been declining since the first public election of the European Parliament in 1979. This paper aims to discuss the correlation between democracy, voter mobilisation and the emergence of a European public sphere by examining the new concept of European 'Spitzenkandidaten'. For the first time in history of European Parliament elections European 'Spitzenkandidaten' were nominated by their European Political Parties to run the European election campaign 2014. This is considered to be a remarkable turning point made possible by an interpretation of the Lisbon treaty (Article 17, 7). The concept of European 'Spitzenkandidaten' involves personalization and politicization of European elections and increases the voter's opportunity to participate by enabling them to influence the choice of the next President of the Commission. This paper critically discusses the aims, risks and effects of the 'Spitzenkandidaten' in the 2014 election campaign. Furthermore it examines their potential for serving as an instrument to create and establish a European public sphere, which is most importantly considered as necessary to link the will of European citizens to the political process on the European level.

Keywords: European elections, Spitzenkandidaten, European Public Sphere, democratic deficit, politicization, media, European Parliament.

Deutsch

In der kontroversen Debatte um das Demokratiedefizit der Europäischen Union wird häufig kritisiert, dass es bei Europawahlen gar nicht um Europa gehe. WählerInnen und Medien verstehen sie als nationale second-order-Wahlen, bei denen nicht viel auf dem Spiel stehe. Seit der ersten Direktwahl des Europäischen Parlaments im Jahr 1979 ist die Wahlbeteiligung daher kontinuierlich gesunken. Die Arbeit thematisiert den Zusammenhang zwischen Demokratie, WählerInnenmobilisierung und der Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit unter Einbeziehung des neuen Konzepts der Europäischen SpitzenkandidatInnen. Zum ersten Mal in der Geschichte der Europawahlen wurden für den Europawahlkampf 2014 europäische SpitzenkandidatInnen von ihren europäischen Parteifamilien nominiert. Dies gilt als bemerkenswerter Wendepunkt, welcher durch eine Interpretation des Vertrages von Lissabon (Artikel 17,7) ermöglicht wurde. Das Konzept der Europäischen SpitzenkandidatInnen beinhaltet die Personalisierung und Politisierung des Europawahlkampfes. Zudem erhöht es die Mitbestimmungsmöglichkeiten der europäischen WählerInnen, da diese mit ihrer Stimme beeinflussen können, welche/r KandidatIn der/die nächste KommissionspräsidentIn werden sollte. Ziele, Risiken und Effekte des Konzepts der SpitzenkandidatInnen im Europawahlkampf 2014 werden in dieser Arbeit kritisch beleuchtet. Zudem wird diskutiert, ob die SpitzenkandidatInnen als Instrument zur Schaffung und Etablierung einer Europäischen Öffentlichkeit dienen können, welche vor allem als Verbindungsglied zwischen dem Willen der europäischen Bevölkerung und dem politischen Entscheidungsprozess auf europäischer Ebene als notwendig angesehen wird.

Keywords: Europawahlen, Spitzenkandidaten, Europäische Öffentlichkeit, Demokratiedefizit, Politisierung, Medien, Europäisches Parlament.

6. Bibliographie

ALDE – Alliance of Liberals and Democrats for Europe Party (2014): Olli Rehn and Guy Verhofstadt reach agreement on lead candidacy. 20. January 2014. URL: <http://www.aldeparty.eu/de/news/olli-rehn-and-guy-verhofstadt-reach-agreement-lead-candidacy> abgerufen am 25. Juli 2015.

BAISNÉE, Olivier (2007): The European Public Sphere Does Not Exist (At least it is worth wondering). In: European Journal of Communication (2007). No 22/4. 493-503.

BARTOLINI, Stefano (2006): Should the Union be ‚politicised‘? Prospects and risks. In: Politics: The Right or the Wrong Sort of Medicine for the EU? Notre Europe. Etudes & Recherches Policy paper N°19. 29-50.

BALE, Tim (2005): European Politics. A Comparative Introduction. New York: Palgrave Macmillan.

BERNS, Margie/DE LOT, Keens/HASEBRINK, Uwe (2007): In the Presence of English: Media and European Youth. New York: Springer.

BRÜGGEMANN, Michael (2005): How the Eu Constructs the European public Sphere. Seven Strategies of Information Policy. In: Javnost – The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture, Vol. 12, 2. 57-73.

BRÜGGEMANN, Michael (2008): Europäische Öffentlichkeit durch Öffentlichkeitsarbeit? Die Informationspolitik der Europäischen Kommission. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

BURKART, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 4. Auflage. Wien: Böhlau.

CAMERON, David (2014): Presidency of the European Commission: article by David Cameron. Prime Minister's Office, 10 Downing Street. 13. Juni 2014. URL: <https://www.gov.uk/government/news/presidency-of-the-european-commission-article-by-david-cameron> abgerufen am 8. August 2015.

CHRISTIANSEN, Thomas (2015): EU-Spitzenkandidaten – neue Impulse und ihre Folgen für das politische System der EU. In: integration 1/2015. 25-42.

CLEMENS, Gabriele/REINFELDT, Alexander/WILLE Gerhard (2008): Geschichte der europäischen Integration. Paderborn: Schöningh.

DETER, Pascal (2006): Europäische Öffentlichkeit. Online-Medien als mögliche Initialzündung. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.

DITCHEV, Ivaylo (2011): Democracy „live“. In: Europe talks to Europe. A polylogue on culture and politics. Wien: Eurozine – Gesellschaft zur Vernetzung von Kulturmedien. 125-129.

EDER, Klaus/KANTNER, Cathleen (2000): Transnationale Resonanzstrukturen in Europa. Eine Kritik der Rede vom Öffentlichkeitsdefizit. In: Bach, Maurizio (Hrsg.) (2000): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 40/2000. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 306-331.

ERIKSEN, Erik O. (2004): Conceptualizing European Public Sphere. General, Segmented and Strong Publics. Arena. Centre of European Studies. University of Oslo.

EURACTIV (2004): Europeans voted, but Europe was missing. 16. Juni 2004. URL: <http://www.euractiv.com/elections/europeans-voted-europe-missing/article-128444> abgerufen am 20. August 2015.

EUROPÄISCHE KOMMISSION (2015a): Bericht über die Anwendung der Verordnung (EU) Nr. 211/2011 über die Bürgerinitiative. Bericht der Kommission an das Europäische Parlament und den Rat. 31.3.2015. COM(2015) 145 final.

EUROPEAN COMMISSION (2015b): Listening to Europe – European Commission launches its 2015 series of Citizens' Dialogues in Riga. Press Release. 8. January 2015. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-3044_en.htm abgerufen am 16. Juli 2015.

EUROPÄISCHE GEMEINSCHAFTEN (1978): Ein Parlament für Europa. Die erste Direktwahl des Europäischen Parlaments. Luxemburg: Generalsekretariat des Europäischen Parlaments.

EUROPÄISCHES PARLAMENT (2013): Eurobarometer des Europäischen Parlaments (EB 79.5) Ein Jahr vor den Europawahlen 2014. Institutioneller Teil. Generaldirektion Kommunikation. Referat Beobachtung der öffentlichen Meinung. 21. August 2013. URL: http://www.europarl.at/resource/static/files/eb_79_5_synthese_institutionnelle_de.pdf abgerufen am 19. Juli 2015.

EUROPÄISCHES PARLAMENT (2015a): Ergebnisse der Europawahl 2014. Wahlbeteiligung. URL: <http://www.europarl.europa.eu/elections2014-results/de/turnout.html> abgerufen am 21. Juli 2015.

EUROPÄISCHES PARLAMENT (2015b): Das Parlament. Organisation. URL: <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/de/20150201PVL00010/Organisation> abgerufen am 27. Juli 2015.

EUROPÄISCHES PARLAMENT (2015c): Abgeordnete. Mitglieder nach Fraktionen. URL: <http://www.europarl.europa.eu/meps/de/hemicycle.html> abgerufen am 20. August 2015.

EUROPEAN GREEN PARTY (2014): Ska Keller and José Bové will lead the Greens in their European campaign. Press release. 29. January 2014. URL: <http://europeangreens.eu/news/press-release-greens-select-leading-candidates> abgerufen am 25. Juli 2015.

EUROSTAT (2014): English, French and German still most common foreign languages studied at lower secondary level in the EU28 in 2012 but Spanish learning has increased more. Eurostat newsrelease. 144/2014. 25. September 2014. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-press-releases/-/3-25092014-AP> abgerufen am 18. Juli 2015.

EUV: Vertrag über die Europäische Union (konsolidierte Fassung). URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012M/TXT&from=de> abgerufen am 17. August 2015.

FOLLESDAL, Andreas/HIX, Simon (2006): Why There is a Democratic Deficit in the EU: A Response to Majone and Moravcsik. In: JCMS 2006. Vol. 44. No. 3. 533-562.

GÄRTNER, Reinhold (2008): Politiklexikon für junge Leute. Wien: Verlag Jungbrunnen.

GAMMELIN Cerstin/LÖW, Raimund (2014): Europas Drahtzieher. Wer in Brüssel wirklich regiert. Berlin: Ullstein/Econ.

GERHARDS, Jürgen (1993): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 22, Heft 2. April 1993. 96-110. URL: <http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/2823/2360> abgerufen am 13. Juli 2015.

GÖLER, Daniel/JOPP, Mathias (2014): Die Europawahl 2014 und das Konzept der Spitzenkandidaten – ein Kommentar. In: integration 2/2014. 152-160. URL: http://iep-berlin.de/wp-content/uploads/2014/08/Göler_Jopp_Volltext.pdf abgerufen am 21. Juli 2015.

GRANDE, Edgar/KRIESI, Hanspeter (2015): The restructuring of political conflict in Europe and the politicization of European integration. In: Risse, Thomas (2015): European Public Spheres. Politics is back. Cambridge: Cambridge University Press. 190-223.

GRIMM, Dieter (1995): Does Europe Need a Constitution? In: European Law Journal. Vol. 1. No. 3. 282–302.

GÜSSREGEN, Verena (2013): Institutionelles: Entschließung zur Zusammensetzung des Europäischen Parlaments nach der Europawahl 2014. In: Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht, Heft 08/2013. 284.

HABERMAS, Jürgen (2008): Ach, Europa. Kleine Politische Schriften XI. Erste Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

HÄNSCH, Klaus (2014): Was erlauben Schulz? In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. 20. Juli 2014. URL: <http://www.faz.net/-gpf-7rtvr> abgerufen am 22. Juli 2015.

HANDELSBLATT (2014): Abwärtstrend bei Wahlbeteiligung gestoppt. 26. Mai 2014. URL: <http://www.handelsblatt.com/politik/international/europawahl-abwaertstrend-bei-wahlbeteiligung-gestoppt/9948796.html> abgerufen am 21. Juli 2015.

HEIDBREder, Eva/AURACHER, Jelena (2015): Die Rolle europäischer Spitzenkandidaten im institutionellen Wettstreit. In: Kaeding, Michael/Swirkt, Niko (Hrsg.) (2015): Die Europawahl 2014. Spitzenkandidaten, Protestparteien, Nichtwähler. Wiesbaden: Springer. 223-231.

HIX, Simon (2006): Why the EU needs (Left-Right) politics? policy reform and accountability are impossible without it. In: Politics: The Right or the Wrong Sort of Medicine for the EU? Notre Europe. Etudes & Recherches Policy paper N°19. 1-28.

HIX, Simon (2008): What's Wrong with the European Union and How to Fix It. Cambridge: Polity Press.

HIX, Simon/HØYLAND, Bjørn (2011): The Political System of the European Union. Third edition. London: Palgrave Macmillan.

HIX, Simon/WILKS-HEEG, Stuart (2014): How the European media drives different views of the European Union. In: The Washington Post. Monkey Cage. Blog entry. 9. Juni 2014. URL: <http://www.washingtonpost.com/blogs/monkey-cage/wp/2014/06/09/how-the-european-media-drives-different-views-of-the-european-union/> abgerufen am 20. August 2015.

HOBOLT, Sara, B. (2014): A vote for the President? The role of Spitzenkandidaten in the European Parliament elections. In: Journal of European Public Policy. Vol. 21, No. 10. 1528-1540.

HRBEK, Rudolf (2014a): Mit Spitzenkandidaten der europäischen Parteien für das Amt des Kommissionspräsidenten zu mehr demokratischer Legitimität? In: Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspädagogik (2014): 94. Jahrgang. Heft 4, April 2014. 247-251.

HRBEK, Rudolf (2014b): Europawahl 2014: Kontinuität und neue Facetten. Analyse der Europawahl 2014. In: integration 3/2014. 205-227.

JASMUT, Gunter (1995): Die politischen Parteien und die europäische Integration. Der Beitrag der Parteien zur demokratischen Willensbildung in europäischen Angelegenheiten. Frankfurt: Peter Lang.

JUNGWIRTH, Michael (2004): Journalistenalltag in Brüssel – Der tägliche Kampf gegen die Informationsflut. In: Weidinger-Moser, Maria (Hrsg.) (2004): Communication goes Europe. Österreich-Brüssel und retour. Innsbruck: StudienVerlag. 135-141.

KANTNER, Cathleen (2004): Kein modernes Babel. Kommunikative Voraussetzungen europäischer Öffentlichkeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

KANTNER, Cathleen (2007): Europäische Medienöffentlichkeit: Folgenlose Debatten? In: Koch-Baumgarten, Sigrid/Mez, Lutz (Hrsg.) (2007): Medien und Policy. Neue Machtkonstellationen in ausgewählten Politikfeldern. Frankfurt: Peter Lang. 207-224.

KARAS, Othmar (2010): Innenleben und Interaktion von Fraktionen des Europäischen Parlaments. In: Dialer, Doris/Lichtenberger, Eva/Neissler, Heinrich (Hrsg.) (2010): Das Europäische Parlament. Institution, Vision und Wirklichkeit. Europawissenschaftliche Reihe, Band 2. Innsbruck: innsbruck university press. 239-256.

KLEINE ZEITUNG (2014): EU-Wahlen 2014 brachten Minus bei Wahlbeteiligung. 5. August 2014. URL: <http://www.kleinezeitung.at/k/politik/4178252/EUWahlen-2014-brachten-Minus-bei-Wahlbeteiligung> abgerufen am 21. Juli 2015.

KOOPMANS, Ruud/ERBE, Jessica (2003): Towards a European public sphere? : vertical and horizontal dimensions of Europeanised political communication. Discussion papers SP IV 2003-403. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).

KOOPMANS, Ruud/PFETSCH, Barbara (2006): Obstacles or motors of Europeanization? German media and the transnationalization of public debate. In: Communications 31 (2006). 115-138.

LEINEN, Jo (2015): Der (europäische) Föderalist. Transnationale Listen: Wie aus 28 nationalen Wahlen eine europäische wird. 21. Jänner 2015. In: The Spinelli Group. URL: <http://www.spinelligroup.eu/de/article/der-europaische-federalist> abgerufen am 20. August 2015.

LEUTGEB, Barbara (2007): Communicating Europe – die Generierung einer Europäischen Öffentlichkeit in Österreich. In: Geiger, Thomas/Hartlieb, Martin/Winkel, Birgit (Hg.) (2007): Fokus Politikwissenschaft. Ein Überblick. Innsbruck: StudienVerlag. 85-95.

LICHTENBERGER, Eva (2010): Neue Medien, Web 2.0 in der Politik des Europäischen Parlaments. In: Dialer, Doris/Lichtenberger, Eva/Neissler, Heinrich (Hrsg.) (2010): Das Europäische Parlament. Institution, Vision und Wirklichkeit. Europawissenschaftliche Reihe, Band 2. Innsbruck: innsbruck university press. 127-144.

MAASE, Kasper (2010): Was macht Populärkultur politisch? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

MITTAG, Jürgen/STEUWER, Janosch (2010): Politische Parteien in der EU. Wien: Facultas.

OFFERHAUS, Anke (2002): Die Wahrnehmung der Europäischen Union und ihrer Mitgliedsstaaten in der deutschen Tagesberichterstattung. Eine empirische Untersuchung zur Beschreibung einer Europäischen Öffentlichkeit. Masterarbeit. Universität Leipzig. URL: <http://www.cultiv.net/cultranet/1178611631offerhausEU.pdf> abgerufen am 10. August 2015.

OFFERHAUS, Anke (2014): Wir sind die europäische Öffentlichkeit. TheEuropean.eu. Spezial zur Europawahl. 31. März 2014. URL: <http://de.theeuropean.eu/anke-offerhaus/8032-die-existenz-einer-europaeischen-oeffentlichkeit> abgerufen am 20. Juli 2015.

PEÑALVER GARCIA, Nereo/PRIESTLEY, Julian (2015): Europäische Politische Parteien: Aus 2014 lernen, um 2019 vorzubereiten. In: Policy Paper 132. 4. Mai 2015. Deutsche Fassung. Jaques Delors Institut Berlin. 1-22. URL: <http://www.delorsinstitut.de/2015/wp-content/uploads/2015/05/EuropaischePolitischeParteien-PeñalverPriestley-JDIB-Mai15.pdf> abgerufen am 7. August 2015.

PFETSCH, Barbara/HEFT, Annett (2009): Europäische Öffentlichkeit – Entwicklung transnationaler Medienkommunikation. In: 30 Jahre Europawahlen. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte 23-24/2009. Europawahlen. 2. Juni 2009. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. 36-41.

POLLAK, Johannes/SLOMINSKI, Peter (2012): Das politische System der EU. 2. Auflage. Wien: Facultas.

RISSE, Thomas (2015): European public spheres, the politicization of EU affairs, and its consequences. In: Risse, Thomas (2015): European Public Spheres. Politics is back. Cambridge: Cambridge University Press. 141-164.

SCHIERL, Thomas (2007): Prominenz als Medieninhalt. Eine Untersuchung zur kommunikativen und ökonomischen Bedeutung der Prominenzberichterstattung. In: Scholl, Armin/Renger, Rudi/Blöbaum, Bernd (Hrsg.) (2007): Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. 1. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. 255-276.

SCHEFFLER, Jan (2005): One man – one vote – one value? Der schwierige Weg zu einem einheitlichen Wahlrecht für das Europäische Parlament. Osnabrück: Verlag Dirk Koentopp.

SCHMITT, Hermann (2005): The European Parliament Elections of June 2004: Still Second-Order? In: West European Politics (2005). Vol. 28. No 3. 650-679.

SCHMITT, Hermann/HOBOLT, Sara B./POPA, Sebastian Adrian (2015): Does personalization increase turnout? Spitzenkandidaten in the 2014 European Parliament elections. In: EUP. European Union Politics. 0(0). 1-22.

SCHWARZENEGGER, Christian (2010): „European Private Sphere“ and Journalistic Responsibility. Some remarks on why Europeanization of Self-regulation is advisable. In: Pöttker, Horst/Schwarzenegger, Christian (Hrsg) (2010): Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Herbert von Halem Verlag. 365-379.

SHACKLETON, Michael (2012): The European Parliament. In: Peterson, John/Shackleton, Michael (2012): The Institutions of the European Union. Oxford University Press. 124-145.

SPANIER, Bernd (2012): Europe, anyone? The „Communication Deficit“ of the European Union Revisited. Baden-Baden: Nomos.

SÜDDEUTSCHE.DE (2014): 0,006 Prozent stimmen für grüne Spitzenkandidaten. 29. Jänner 2014. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/europawahl-prozent-stimmen-fuer-gruene-spitzenkandidaten-1.1874605> abgerufen am 25. Juli 2015.

THIEMEYER, Guido (2010): Europäische Integration. Motive – Prozesse – Strukturen. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag/UTB.

TOURI, Maria/ROGERS, Shani Lynn (2013): Europe's Communication Deficit and the UK Press: Framing the Greek Financial Crisis. In: Journal of Contemporary European Studies (2013): Vol. 21, No. 2. 175–189.

TREATY ON EUROPEAN UNION (1992). Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. URL: http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/pdf/treaty_on_european_union/treaty_on_european_union_en.pdf abgerufen am 26. Juli 2015.

TRESCH, Anke (2012): Which European Public Sphere? Normative Standards and Empirical Insights from Multilingual Switzerland. In: Javnost – The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture (2012). Vol. 19. No. 3. 59-74.

VAN DE STEEG, Marianne (2002): Rethinking the Conditions for a Public Sphere in the European Union. In: European Journal of Social Theory (2002). 5(4). 499-519.

VAN DE STEEG, Marianne (2006): Does a public sphere exist in the European Union? An analysis of the content of the debate on the Haider case. In: European Journal of Political Research (2006). 45. 609-634.

VAN DEN BERGE, Mirte (2014): TEP SA Report. The 2014 EP Election Campaign in the Member States: National Debates, European Elections. 4. Juni 2014. Brüssel. URL: <http://www.tepsa.eu/wp-content/uploads/2014/06/TEPSA-Report-EP-election-campaigns-Mirte-van-den-Berge.pdf> abgerufen am 22. Juli 2015.

WOELKE, Jens/STEININGER, Christian/MAURER, Thorsten (2010): Zur Realität europäischer Öffentlichkeit. Die Darstellung der EU in Informationssendungen des deutschen und österreichischen Fernsehens. In: Pöttker, Horst/Schwarzenegger, Christian (Hrsg) (2010): Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Köln: Herbert von Halem Verlag. 40-75.

WOHLGEMUTH, Michael (2014): EU-Wahl: mit Spitzenkandidaten zu Spitzenergebnissen? In: Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspädagogik (2014): 94. Jahrgang. Heft 4, April 2014. 251-254.

WOLF, Armin (2013): Wozu brauchen wir noch Journalisten? Theodor-Herzl-Vorlesung. Wien: Picus Verlag.

WOYKE, Wichard/STEFFENS Udo (1978): Europawahl `79. Daten – Fakten – Probleme. Leverkusen: Leske Verlag + Budrich GmbH.

WÜST, Andreas M./TAUSENDPFUND, Markus (2009): 30 Jahre Europawahlen. In: APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte 23-24/2009. Europawahlen. 2. Juni 2009. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. 3-9.

ZIMMER, Marc (2014): „Hast du einen Opa, schick ihn nach Europa“. In: Süddeutsche Zeitung online. 13. Mai 2014. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/europaeische-union-sechs-mythen-ueber-die-eu-und-was-wirklich-dran-ist-1.1950690-4> abgerufen am 22. Juli 2015.

Abbildungsverzeichnis

Karikatur. Quellenangabe: Frankfurter Allgemeine Zeitung. 09.06.1979, n° 132, p. 3. © Fritz Behrendt. Entnommen aus: Europäisches Parlament (2009): Der Weg zu den Direktwahlen des Europäischen Parlaments. Dokument aus Anlass des dreißigsten Jahrestags der Direktwahlen (Juni 1979). Referat Archiv- und Dokumentationszentrum: Schriftenreihe Cardoc.

7. Anhang

Lebenslauf

Name: Mag.^a Bernadette Maria Aichinger
Geburtsdatum: 18. Mai 1983
Kontakt: bernadette.aichinger@gmx.at

Ausbildung:

2015-2014 Masterprogramm „Europäische Studien“,
Postgraduate Center der Universität Wien
2008-2002 Magisterstudium Kommunikationswissenschaft mit Auszeichnung,
Universität Salzburg
2006 Erasmus-Auslandssemester, Schwerpunkt Public Relations,
Leeds Metropolitan University, UK
2002 Matura mit gutem Erfolg, HBLA für wirtschaftliche Berufe, Wels

Berufserfahrung:

2014-2009 Redaktionsleiterin der BezirksRundschau Grieskirchen/Eferding (OÖ)
2008 Redakteurin der Welser Rundschau (OÖ)

Projekte und Praktika im Ausland:

2015 (zugesagt) Praktikum an der Österreichischen Botschaft Kopenhagen (zwei Monate)
2015 Summer School: „Democracy, Expertise and Power: Making a new
Europe in the Era of Globalisation“ in Krakau/Polen, Projektpartner:
Centre for European Studies, Jagiellonian University und ARENA Centre
for European Studies, University of Oslo. (15. bis 24. Juni 2015)
2006-2002 Group leader für deutschsprachige SprachschülerInnen in Torquay/UK
(jeweils zwei bis drei Wochen pro Sommer)
2000 Food & Beverage Trainee, New Connaught Rooms, London/UK
(12 Wochen)

Sprachkenntnisse:

Deutsch (Muttersprache), Englisch (C2), Französisch (A2)

Hobbies und Interessen

Reisen, Lesen, Yoga, Schreiben, Politik, Zeitgeschichte

Wien, 20. August 2015