



## **59. Bundeskongress 2013 in Kiel**

### **Arbeitsgruppe 2 Europa-Union aktiv: Aktionen und Projekte**

Moderation Lars Becker, Präsidium

Aktive Mitglieder aus Landes- und Kreisverbänden sowie dem Bundesverband stellten in dieser Arbeitsgruppe erfolgreiche Aktionen und Projekte der Europa-Union vor. Um einen intensiven Austausch über die verschiedenen Aktionen und Projekte zu ermöglichen wurde ein so genanntes „World Café“ durchgeführt.

#### **Was ist ein World Café?**

In einem Raum werden an verschiedenen Tischen unterschiedliche Themen angeboten, die diskutiert werden können. Die Teilnehmenden können sich einen Tisch bzw. ein Thema aussuchen. Nach 20 oder 30 Minuten wechseln die Teilnehmenden zum nächsten Tisch und damit zum nächsten Thema. Nach einer gewissen Zeit findet ein weiterer Wechsel statt. Mit dieser Methode können die Teilnehmenden in kurzer Zeit unterschiedliche Themen diskutieren.

Im Folgenden werden die verschiedenen Aktionen und Projekte, die an den jeweiligen Tischen vorgestellt wurden, kurz erläutert.

#### **Die Euro-WG: Ein Krisen-Theaterprojekt der Europa-Union NRW**

Unterhaltsam, schräg und informativ – so lässt sich das schwierige Thema Euro-Krise auch jungen Menschen vermitteln, dachten sich Regisseur Thomas Nufer und Projektentwickler Dirk Schubert aus Münster. Sie schrieben ein witziges, schräges und packendes Bühnenstück mit dem Titel „Die Euro-WG – wo Geld ist, ist es schön“, das 25 Mal in Nordrhein-Westfalen zu sehen ist und von der Europa-Union NRW getragen wird.

Die Schauspieler im Stück stehen stellvertretend für vier europäische Länder und deren Überlebens- und Finanzprobleme. Es wird unablässig gestritten, diskutiert, gekocht und geliebt. Die unterschiedlichen Lebenseinstellungen und Geldmentalitäten führen zu bisweilen grotesken Verrenkungen und Erklärungsmodellen. Doch überträgt man den Makrokosmos der EU in dieser Weise auf den Mikrokosmos der WG, wird jedem klar, wie sehr dieses brisante Thema unmittelbar in unser Leben eingreift. Europa und der Euro werden auch von jungen Menschen als zunehmend verunsichernd und als Bedrohung der eigenen Lebenssituation erlebt. Die allgegenwärtigen Euro-Untergangsszenarien verdrängen jedoch wichtige Chancen, die ihnen Europa bietet. Mit der Euro-WG soll die Diskussion über diese Themen angeregt werden. Das Theaterstück eignet sich für alle Altersgruppen. Das von der Europa-Union NRW getragene Projekt wird gefördert durch die Stiftung Mercator, den Sparkassenverband Westfalen-Lippe und den Rheinischen Sparkassen- und Giroverband.

Weitere Informationen finden Sie unter:

<http://www.europa-union.de/eud/news/die-euro-wg-ein-krisen-theaterprojekt-der-europa-union-nrw/>

#### **Die EUROPAAWAHL ARENA, ein 360° (heiβes) [Nichtwähler-/oder Bürger-] Forum**

Herkömmliche Podiumsdiskussionen, bei denen die Bürgerinnen und Bürger nur am Schluss zu Wort kommen, locken nur wenige Interessierte an. Deshalb hat die Europa-Union Bocholt



**europa-union deutschland**

**Mitwirken am Europa der Bürger**

das neue Format entwickelt. Mit der EUROPAAHL-ARENA möchte sie im Zusammenspiel mit den lokalen Medien zur Europawahl 2014 Einzelveranstaltungen organisieren, bei denen die Bürgerinnen und Bürger Politikern direkt ausfragen können. Dabei kommen die Kandidaten zum Zuge die positiv europäisch eingestellt sind. Ein zuvor versandter Fragebogen klopft diese Einstellung ab. Eingeladen werden nur die Kandidaten die dementsprechend rechtzeitig auf den Fragebogen geantwortet haben. In zeitlich kurzer Abfolge haben dann die Bürger die Möglichkeit die Kandidaten "pur" zu erleben und mit ihnen in einen wirklichen Dialog einzusteigen. Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage <http://www.eu-bocholt.de/mitmachen.html>.

## **Europa mitbeSTIMMEN**

### **Bundesverband**

Am 1. Juli 2013 fiel der Startschuss für die zweite Runde der interaktiven Straßenforen der Europa-Union Deutschland. Bis zu den Europawahlen 2014 wollen wir in 75 Städten und Gemeinden die Bürgerinnen und Bürger über Ihre Rechte als EU-Bürger und die Wahl zum Europäischen Parlament am 25. Mai 2014 informieren. Mit den großflächigen, begehbaren Bodenplanen, die als „Eye catcher“ dienen, wecken wir die Neugier von Passanten und laden zum Mitmachen ein. Die Methode: Information durch Interaktion. Die Fragen und Thesen, über die abgestimmt werden kann, dienen als Einstieg in den Diskurs. Nachfragen und Meinungsäußerungen werden provoziert. Europa mitbeSTIMMEN wurde schon über 60 Mal erfolgreich durchgeführt.

Alle Landes- und Kreisverbände sind eingeladen mitzumachen. Weitere Informationen finden Sie unter [www.europa-mitbestimmen.de](http://www.europa-mitbestimmen.de)

### **Das Glücksrad**

Das Europa-Glücksrad geht auf eine Idee des Landesverbandes Berlin zurück. Es soll als Blickfang für die Info-Stände dienen und so mehr Menschen auf die Europa-Union aufmerksam machen. Aus eigener Erfahrung wissen wir, dass Aktionen, bei denen Besucher selbst aktiv werden können, in der Regel sehr gut angenommen werden. Ziel ist es, auf diese Weise mit den Menschen ins Gespräch zu kommen und sie im Anschluss über die Arbeit des Verbandes zu informieren. Zusätzlich werden die Besucher in ihrem Wissen über Europa geschult. **Das Glücksrad ist über die Bundesgeschäftsstelle bestellbar.**

Wie funktioniert das Glücksrad?

Auf der Drehscheibe sind die Nationalflaggen von allen 28 EU-Mitgliedsstaaten abgebildet. Durch drehen des Rades landet der Zeiger auf einer der Flaggen. Im ersten Schritt muss die Fahne dem richtigen Land zugeordnet werden. Darüber hinaus sollte der Befragte die Hauptstadt des jeweiligen Staates nennen können. Im zweiten Schritt bekommt der Teilnehmer eine landesspezifische Frage gestellt, die Sie der angehängten Tabelle entnehmen können. Wird die Frage richtig beantwortet, erhält der Teilnehmer eine kleine Überraschung.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte die Bundesgeschäftsstelle.

## **Infomesse: „Schulbesuch im europäischen Ausland“**

### **Europa-Union Brandenburg**

Das Projekt stellt Schüler/Innen und Lehrer/Innen unter dem organisatorischen Dach des EUD-KV Austauschprogramme und Stipendienmöglichkeiten unterschiedlicher Institutionen



**europa-union deutschland**

**Mitwirken am Europa der Bürger**

und Organisationen vor. Bei den Anbietern von Austauschprogrammen ist zu entscheiden, ob ausschließlich gemeinnützigen oder auch kommerziellen Anbietern die Vorstellungsmöglichkeit gegeben werden soll. Die Kombination aus Weltcafé mit persönlichen Gesprächen und Erfahrungsberichten und Infoständen der Anbieter bietet eine große Variation an Informationsmöglichkeiten. Die Akteure vor Ort sollten sowohl im Weltcafé als auch auf Anbieterseite Jugendliche/junge Erwachsene mit nicht allzu lange zurückliegenden Austausch Erfahrungen sein, die mit den Schüler/Innen ins Gespräch kommen.

Version A: Weltcafé/Infomesse an einem zentralen Ort, offen für alle Interessierten. Ggf.in Kooperation mit einer größeren Schule, die als Gastgeber andere Schulen einladen kann.

Version B: In Kooperation mit einer Schule, je nachdem schulintern oder auch offen für andere Schulen.

### **„Ich wähle, wo ich wohne!“**

#### **Europa-Union Brandenburg**

Die Kampagne thematisiert das Optionsrecht des Wahlorts für wahlberechtigte Unionsbürger, die nicht in ihrem Herkunftsland, sondern in ihrem Hauptwohnsitz wählen möchten. Die Kampagne erzeugt Aufmerksamkeit für die Wahl zum Europäischen Parlament, nicht nur bei betroffenen Unionsbürgern, sondern bei allen, die eine Wahlbenachrichtigungskarte erhalten.

#### **Format 1: Presseinitiative**

In Kooperation mit einem regionalen Medienunternehmen werden (evtl. in Serie) wahlberechtigte Unionsbürger/Innen portraitiert und vorgestellt, die ihr Optionsrecht im entsprechenden Wohnort nutzen und erklären, warum sie dies tun, z.B. weil sie dort politische entscheiden wollen, wo sie leben und Parlamentsentscheidungen aus sie wirken. Evtl. haben diese Bürger/Innen durch die EUD von ihren Optionsrecht erfahren?

#### **Format 2: Veranstaltung**

Inhalt und Wirkung wie im Format 1. Die Vorstellung von Optionsberechtigten bspw. in einer Podiumsdiskussion.

#### **Format 3: Postkarten- und/oder Plakatkampagne**

Inhalt und Wirkung wie im Format 1.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitten den Landeverband Brandenburg.