

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

AUSLANDSBÜRO ITALIEN  
SILKE SCHMITT

20. Mai 2014

[www.kas.de/italien](http://www.kas.de/italien)  
[www.kas.de](http://www.kas.de)

## Wenig Leidenschaft für Europa

BEI DER ANALYSE DES EUROPAWAHLKAMPFES SIND SICH ITALIENISCHE UND DEUTSCHE EXPERTEN EINIG: ES FEHLT EIN STARKES BEKENNTNIS

**10 Tage vor der Europawahl hat die Konrad-Adenauer-Stiftung in Zusammenarbeit mit der Universität LUISS im Rahmen der Veranstaltung „Quo Vadis Europa?“ Experten aus Deutschland und Italien gefragt, wie sie die Europawahlkampagne in Deutschland und Italien wahrnehmen. Ihr Fazit: Der Kampf um die Europawahl hat noch gar nicht richtig angefangen.**

„Wir sagen Europawahl und meinen 28 nationale Wahlen“, sagt Nico Lange, Stellv. Hauptabteilungsleiter Politik und Beratung und Leiter Team Innenpolitik der Konrad-Adenauer-Stiftung in Berlin. Die Europawahl sei eine „Wahl der Paradoxe“, so Lange. Die Regeln seien in allen Ländern unterschiedlich. „Viele Wähler entscheiden sich in letzter Minute für einen Kandidaten“, so Lange. Außerdem treffen „die Wähler ihre Wahlentscheidung national und nicht gesamteuropäisch“. Diese Umstände müssten bei der Analyse bedacht werden. Die Diskussion über die Europawahl sei in Deutschland so geführt worden, als ob man sich „zwischen mehr oder weniger Europa“ entscheiden müsse. „Wir reden viel zu wenig darüber, wie die Union in Zukunft gestaltet werden soll“, sagt Lange. Handfeste politische Fragen würden bei der Diskussion weitgehend ausgeblendet.

In Italien hingegen ist der Europawahlkampf seit Wochen fester Bestandteil der öffentlichen Diskussion. Allerdings stehen dabei weniger europäische als nationale Themen im Mittelpunkt. „Die innenpolitische Situation ist angespannt“, sagt Andrea De Petris, Prof. an der Juristischen Fakultät der römischen Universität LUISS Guido Carli.

Dies spiegle sich in den Kommunikationsstrategien der Parteien wider. Die Europawahl ist Anlass, dem Wähler politische Ansichten zur Innenpolitik mitzuteilen. Bei diesem Wahlkampf stünden nicht nur die Institutionen der EU oder die europäische Zentralbank im Kreuzfeuer der antieuropäischen Kritik, sondern auch Deutschland und im Besonderen Kanzlerin Angela Merkel, so De Petris.

Ein Blick auf die italienischen Wahlplakate, zeigt eine starke Anbindung an die Nation: „In Europa, Italien zuerst“ wirbt das „Neue Rechte Zentrum (NCD)“ unter Angelino Alfano. „In Europa für Italien“, so der Slogan der „Fünf-Sterne-Bewegung“ (Movimento Cinque Stelle) von Beppe Grillo. „Zuerst die Italiener!“ sagt das Wahlplakat der „Brüder Italiens (Fratelli d'Italia)“. Mit deutlichen „anti-deutschen“ Tönen versucht die Partei „Italien der Werte“ (Italia dei Valori) zu werben und schreibt: „Europäer, nicht Deutsche“. „Mehr Italien, weniger Deutschland“ wünscht sich die Partei des ehemaligen Ministerpräsidenten Silvio Berlusconi, „Vorwärts Italien - Forza Italia (FI)“.

Man könne den Eindruck gewinnen, dass es bei den europäischen Bürgern einen „Überdruß für Demokratie und Grundkonsens gäbe“, so Nico Lange. Dies könnte ein Erklärungsansatz für den Erfolg antieuropäischer Parteien in den Gründungsländern der EU sein.

Am 10. Juni 2014 blicken wir mit Dr. Viola Neu, Leiterin des Teams Empirische Sozialforschung der Konrad-Adenauer-Stiftung und Prof. Andrea De Petris auf das Wahlergebnis der Europawahl und fragen erneut: Quo Vadis Europa? <http://bit.ly/1gWpaeO>