



# Studienabschlussarbeiten

Sozialwissenschaftliche Fakultät

Wellstein, Marie:

Die Sozialen Medien im Europawahlkampf 2024

**Bachelorarbeit, Sommersemester 2024**

Sozialwissenschaftliche Fakultät

Ludwig-Maximilians-Universität München

<https://doi.org/10.5282/ubm/epub.121329>



## Münchener Beiträge zur Politikwissenschaft

herausgegeben vom  
Geschwister-Scholl-Institut  
für Politikwissenschaft

---

**2024**

Marie Wellstein

**Die Sozialen Medien im  
Europawahlkampf 2024**

---

Bachelorarbeit bei  
Dr. Lars C. Colschen  
2024

## Abkürzungsverzeichnis

Art.	Artikel
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
K	Kategorie
SK	Subkategorie
sog.	sogenannte/r
z.B.	zum Beispiel
<hr/>	
SozM	Soziale Medien
FB	Facebook
IG	Instagram
X	X (vormals Twitter)
<hr/>	
EU	Europäische Union
EVP	Europäische Volkspartei
<hr/>	
Bellamy	François -Xavier Bellamy
Les Rép	Les Républicains
<hr/>	
Montserrat	Dolors Montserrat
PP	Partido Popular
<hr/>	
Teodorescue	Alice Teodorescue Måwe
KD	Kristdemokraterna
<hr/>	
Weber	Manfred Weber
CDU	Christlich Demokratische Union
<hr/>	

## Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Auswahl der Länder (Fenoll u.a. 2019, 8).....</i>	10
<i>Abbildung 2: Zuordnung gesamt, in relativen Zahlen .....</i>	14
<i>Abbildung 3: Zuordnung gesamt, in Kategorien und relativen Zahlen .....</i>	15
<i>Abbildung 4: Zuordnung gesamt, in Kategorien und relativen Zahlen, nach Ländern.....</i>	16
<i>Abbildung 5: Zuordnung gesamt, in Kampagnenstrategien und relativen Zahlen, nach Ländern .....</i>	16
<i>Abbildung 6: Zuordnung Weber und CDU in relativen Zahlen.....</i>	17
<i>Abbildung 7: Zuordnung nach Wahlprogrammthemen Weber und CDU in absoluten Zahlen.....</i>	17
<i>Abbildung 8: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Weber und CDU in absoluten Zahlen .....</i>	18
<i>Abbildung 9: Zuordnung nach Wahlprogrammthemen Teodorescue und KD in absoluten Zahlen .....</i>	19
<i>Abbildung 10: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Teodorescue und KD in absoluten Zahlen .....</i>	20
<i>Abbildung 11: Zuordnung Bellamy und Les Rép in relativen Zahlen.....</i>	21
<i>Abbildung 12: Zuordnung nach Wahlprogrammthemen Bellamy und Les Rép in absoluten Zahlen....</i>	21
<i>Abbildung 13: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Bellamy und Les Rép in absoluten Zahlen .....</i>	22
<i>Abbildung 14: Zuordnung Montserrat und PP in relativen Zahlen.....</i>	23
<i>Abbildung 15: Zuordnung nach Wahlkampfthemen Montserrat und PP in absoluten Zahlen.....</i>	23
<i>Abbildung 16: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Montserrat und PP in absoluten Zahlen .....</i>	24

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung – Entwicklung der Wahlkampfkommunikation .....	1
2	Definitionen und zentrale Merkmale der Kampagnenführung .....	4
3	Forschungsgegenstand – EVP im Europäischen Parlament .....	6
3.1	Deutschland – Christlich Demokratische Union Deutschlands.....	7
3.2	Schweden – Kristdemokraterna.....	7
3.3	Spanien – Partido Popular .....	8
3.4	Frankreich – Les Républicains .....	8
4	Methodik – Qualitative Inhaltsanalyse nach P. Mayring .....	9
4.1	Untersuchungsmaterial .....	10
4.1.1	Auswahl der Länder .....	10
4.1.2	Auswahl der Kanäle in den Sozialen Medien .....	11
4.2	Analysezeitraum .....	12
4.3	Bestimmung der Analyserichtung .....	12
4.4	Ableitung des Kodierleitfadens aus dem Wahlprogramm der EVP zur Europawahl 2024....	13
5	Analyse und Auswertung der Ergebnisse .....	14
5.1	Erwartungen an die Analyse.....	14
5.2	Länderübergreifende Analyse.....	14
5.3	Landesspezifische Analysen.....	17
5.3.1	Deutschland.....	17
5.3.2	Schweden .....	19
5.3.3	Frankreich .....	21
5.3.4	Spanien.....	23

5.4	Wahlprogrammgetreue Kommunikation oder Abweichung .....	24
5.4.1	Kategorie Soziales.....	25
5.4.2	Kategorie Klima & Umwelt .....	26
5.4.3	Kategorie Außenpolitik.....	26
5.4.4	Kategorie Wirtschaft .....	26
5.4.5	Kategorie Asyl & Migration .....	27
5.4.6	Kategorie Digitalisierung.....	29
5.4.7	Die innenpolitische Situation in Spanien .....	30
5.5	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	30
6	Einordnung der Ergebnisse und Schlusswort.....	34
	Literaturverzeichnis der Bachelorarbeit.....	39
	Anhangsverzeichnis der Bachelorarbeit.....	45

Aus Gründen der Vereinfachung wird im Folgenden das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Zudem wurden alle fremdsprachigen Zitate aus den Beiträgen in den Sozialen Medien in dieser Arbeit zur besseren Verständlichkeit ins Deutsche übersetzt.

## 1 Einleitung – Entwicklung der Wahlkampfkommunikation

Per SMS ins Weiße Haus – Barack Obama revolutionierte während des Präsidentschaftswahlkampfes 2008 die Wahlkampagnengestaltung grundlegend. Waren zuvor parteienzentrierte Kampagnen (1850-1960), massenzentrierte Kampagnen bedingt durch das Fernsehen (1960-1990) und später zielgruppenorientierte Kampagnen (1990-2008) möglich, veränderte das Aufkommen der Digitalen Kommunikation und SozM ab 2008 die Wahlkampagnengestaltung (Russmann u.a. 2021). Dies machte sich B. Obama ideal zu Nutze. Erstmals wurden neue Technologien wie Facebook, Blogs, YouTube, Kampagnen- Websites und SMS in allen ausschlaggebenden Bereichen der Kampagne als fester Bestandteil eingebaut. Ein professionalisiertes Medienteam war gleichzeitig auch Teil des Fundraising-, Basis- und Kommunikationsapparates und es wurden Datenbanken verwendet, um zielgruppenspezifische Nachrichten an die Wähler zu versenden (Graff 2009). Der Grundstein für eine individuell zentrierte Kampagnenführung war gelegt.

Diese fand schnell Anwendung im europäischen Raum, bspw. bei der Bundestagswahl 2009 (Thimm 2008). Die SozM lassen sich dabei im Gegensatz zur unvermittelten Kommunikation (direkter Wählerkontakt) als Teil der vermittelten Wählerkommunikation (indirekter Wählerkontakt) verstehen (Haßler und Kruschinski 2019). Neben *Free Media*, der Vermittlung politischer Botschaften über Radio, Fernsehen, Zeitungen und Internetseiten, welche den Kriterien des Journalismus wie *Gatekeeping* (Shoemaker und Vos 2009) und *Agenda Setting* (McCombs und Reynolds 2009) unterliegen, sind die SozM den Kategorien *Paid* und *Owned Media* zuzuordnen. Erstere meint die Vermittlung von Botschaften über Wahlwerbung, zweitere beinhaltet Kanäle, die ausschließlich von den Kandidaten gesteuert werden. Durch die SozM können die genannten Kriterien des Journalismus umgangen werden, denn sie ermöglichen die direkte und ungefilterte Adressierung von politischen Botschaften an die Bevölkerung (ebd.). Instrumente der Wahlkampfkommunikation sollten grundsätzlich nicht getrennt voneinander betrachtet werden. Der Ansatz der *media convergence* nach H. Jenkins beschreibt die Vermittlung einer Botschaft über mehrere Kommunikationskanäle hinweg (Jenkins 2006; Unger 2012), welche mit Herausforderungen für die Kandidaten und ihre Wahlkampfteams einhergeht, denn nunmehr ist die Entwicklung einer crossmedialen Aufstellung von Wahlkampagnen der neue Standard.

Vor dem Aufkommen der SozM war die Politische Kommunikation geprägt durch eine Asymmetrie zugunsten der professionalisierten politischen Akteure, welche mittels Ressourcen und Kontaktnetzen zu den Medien eine große Bühne für Ihre Kommunikation an die Bürger fanden (Gerhards und Neidhardt 1990). Diese Ungleichmäßigkeit wurde durch die Entstehung der ersten Blogs im Internet ins Wanken gebracht, denn nun konnten auch die Bürger ihre Nachrichten an ein breites Publikum richten. Dies intensivierte sich durch niedrige Zugangshürden und starke Vernetzungsleistung kommerziell betriebener Plattformen wie Facebook. Die Kommunikation erfolgt nun zwischen den politischen Akteuren und Bürgern in beide Richtungen via Direktnachrichten oder die Kommentarfunktion der SozM.

Dies schafft eine wahrgenommene Nähe des Wählers zu dem Politiker, die es in den Massenmedien vorher nicht gab (Otto 2015). Zudem folgt der Nachrichtenkonsum in den SozM einer anderen Logik als in den Massenmedien (Kümpel 2022). Bedingt durch den Algorithmus und die abonnierten Kanäle ist das Nachrichtenerlebnis stark personalisiert (*Personalization*), die Rezipienten stoßen eher zufällig auf Nachrichten (*Incidentalness*) und es besteht eine erhöhte Sozialität (*Sociality*) des Nachrichtenerlebnis. Politische Nachrichten machen nur einen kleinen Teil des Informationsangebotes aus und stehen in Konkurrenz zu anderen Inhalten (*Non-Exclusivity*). Sie können leicht aus dem Kontext genommen und neu platziert werden (*Granularity*), was ergänzt um den Ansatz des *News snackings* (Lee, Diehl und Valenzuela 2022; Ohme und Mothes 2023) und der *News will find me perception* (Zúñiga, Weeks und Ardèvol-Abreu 2017) den Eindruck zur Folge haben kann, die SozM seien ein Ersatz für andere Nachrichtenquellen. Dies kann zur Vernachlässigung nicht personalisierter und journalistisch professionell kuratierter Nachrichten führen. In Anbetracht dieser Merkmale gilt es, nicht getreu der klassischen Berichterstattung in den Massenmedien Information darzustellen, sondern emotional fesselnde Beiträge zu erstellen. Es wird von komplexen Sachargumenten abgesehen, da diese den Wähler eher abschrecken. Glaubwürdigkeit versucht man vielmehr über eine emotionale Wähleransprache zu vermitteln (Krober-Riel und Esch 2000).

Auf europäischer Ebene sind die SozM spätestens seit der letzten Europawahl 2019 fester Bestandteil der Wahlkampagnen der Kandidaten (Fenoll u.a. 2021). C. Valentini beschreibt die SozM als „an essential battleground for catching the hearts and souls of European voters“ (Valentini 2019). Die Nutzung der SozM als Nachrichtenquelle wird immer bedeutender (Newman u.a. 2023), was die zentrale Frage aufwirft, wie Kandidaten und Parteien die SozM für ihre Wahlkampagnen nutzen. Dies führt zu folgender Forschungsfrage:

**Welche Themen des Wahlprogramms der EVP werden in den Sozialen Medien der EVP-Spitzenkandidaten sowie den jeweiligen Parteien in den Ländern Spanien, Deutschland, Frankreich und Schweden angesprochen und inwieweit weichen diese inhaltlich von dem Wahlprogramm ab?**

Ziel dieser Arbeit ist mithilfe der *qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring* (2015) eine prozentuale Verteilung der Wahlkampfthemen in den SozM zu erheben und anschließend herauszufinden, ob die Parteien und Kandidaten entsprechend dem Wahlprogramm kommunizieren oder davon abweichen. Die Betrachtung der Länder folgt dabei einem vergleichend angelegten Forschungsdesign.

Der Fokus der folgenden Untersuchung liegt auf der Europäischen Volkspartei (EVP) und deren Spitzenkandidaten der vier Länder Deutschland (Christlich Demokratische Union), Frankreich (Les Républicains), Schweden (Kristdemokraterna) und Spanien (Partido Popular). Ergänzend werden die Social Media- Beiträge der entsprechenden EVP- zugehörigen Partei in diesen Ländern betrachtet.

Studien, die im Kontext von SozM während Europawahlen bereits durchgeführt wurden, beschäftigen sich bspw. mit dem Vergleich politischer Kommunikation populistischer und nicht populistischer Parteien (Farkas u. a. 2022; Bene u. a. 2023), mit ausgewählten Themen zu einzelnen europäischen Ländern (Baranowski 2021; Ceron, Bordignon, und Pagano 2021), dem Einsatz von Satire, Humor und Negativität in Kampagnen (Novelli 2022) oder Digitales politisches Marketing der Parteien in den SozM im Ländervergleich (Kruschinski und Bene 2022). Eine Studie von M. Maurer (2009) geht der Frage nach, wie Medien und politische Akteure die Inhalte von Wahlprogrammen in Tageszeitungen, Fernsehsendungen, Talkshows und Wahlkampfreden kommunizieren, was inhaltlich dem Forschungsvorhaben in dieser Bachelorarbeit am nächsten kommt. Allerdings konzentriert sich die Studie von M. Maurer ausschließlich auf die Bundestagswahl 2005 in Deutschland und die klassische Wahlkampfkommunikation über die Massenmedien. Die vorliegende Bachelorarbeit legt hingegen den Fokus auf die Darstellung des Wahlprogramms in den SozM, wo die Kriterien des klassischen Journalismus als Gatekeeper umgangen werden und die Politiker und Parteien ungefiltert und direkt die Inhalte an die Wähler kommunizieren. Somit liegt es in der Hand der Parteien und Spitzenkandidaten, welche Inhalte des Wahlprogramms der EVP direkt kommuniziert werden. Der internationalen Ausrichtung auf vier europäische Länder kommt dabei eine besondere Bedeutung zu.

Im ersten Schritt der Analyse wurde aus dem Wahlprogramm der EVP für die Europawahl 2024, dem auf dem Kongress in Bukarest am 07.03.2024 offiziell beschlossenen Manifesto, ein Kodierleitfaden abgeleitet. Zusätzlich zu der reinen Themenwahlkampfstrategie wurden die Strategien der Personalisierung und des Angriffs in den Kodierleitfaden aufgenommen (Focke 2007) (Kapitel 4). Die Konferenz in Bukarest markiert zugleich den Startpunkt des Untersuchungszeitraums, welcher einen Monat umfasst und am 07.04.2024 endet. Im zweiten Schritt der Analyse wurden alle veröffentlichten Beiträge im Untersuchungszeitraum in den SozM mithilfe des Kodierleitfadens in die Kategorien eingeordnet.

Die Arbeit untergliedert sich zunächst im folgenden Kapitel in die Definition relevanter Begriffe und die Darstellung zentraler Merkmale heutiger Kampagnenführung. Kapitel drei umfasst die Vorstellung des Forschungsgegenstandes, die Fraktion der Europäischen Volkspartei im Europäischen Parlament. Danach erfolgt die Darlegung der Methodik der *qualitativen Inhaltsanalyse nach P. Mayring*. Im fünften Kapitel werden als Schwerpunkt der Arbeit die Ergebnisse analysiert. Zunächst wird gemäß dem ersten Teil der Forschungsfrage die prozentuale Verteilung der Themen in den SozM dargelegt, anschließend erfolgt gemäß dem zweiten Teil der Fragestellung die Untersuchung der wahlprogrammgetreuen Kommunikation und der Abweichungen. Ausgewertet und in Bezug zueinander gesetzt werden die Befunde in der anschließenden Diskussion. Die Ergebnisse, die Beantwortung der Forschungsfrage sowie weiterführende Überlegungen werden im abschließenden Kapitel sechs zusammengefasst.

## 2 Definitionen und zentrale Merkmale der Kampagnenführung

Die nachfolgenden Begriffe sind von besonderer Relevanz für die vorliegende Bachelorarbeit.

### Soziale Medien (SozM)

In der Literatur besteht kein Konsens bezüglich einer allgemein gültigen Definition des Begriffes. A. Decker stellte zahlreiche Definitionsversuche vergleichend gegenüber und erarbeitete folgendes:

„Der Begriff „Soziale Medien“ „beschreibt das Phänomen, bei dem Nutzer über virtuelle Anwendungsplattformen des Web 2.0, des Web 3.0 oder sonstigen technischen Weiterentwicklungen miteinander interagieren, dabei eigene Inhalte kreieren (...) und diese miteinander tauschen.“ (Decker 2019, 115) Zudem umfasst der Begriff „die damit verbundenen digitalen Kommunikationsdienste und Technologien, um die zuvor erwähnte Interaktion zwischen den Nutzern zu ermöglichen. Synonym lassen sich Social Media u.a. als soziale Medien, soziale (Anwendungs-) Plattformen, Social-Media-Kanäle oder -Plattformen sowie als Social Web bezeichnen.“ (ebd.)

### Politische Kommunikation

„Politische Kommunikation“ beschreibt grundsätzlich „alle Prozesse der Informationsvermittlung, die Politik zum Gegenstand haben“ (Eilders 2006, 283) und wird oft als Dreieck zwischen Bürgern, Medien und politischen Akteuren verstanden. Sie ist abzugrenzen von dem Begriff „Politische Information“, denn die „Politische Kommunikation“ umfasst neben den Inhalten und Formen auch die Kommunikatoren, Adressaten, Rahmenbedingungen und die Wirkung auf die Bürger (ebd.). G. Vowe definiert „Politische Kommunikation“ als „symbolische Interaktion im Zusammenhang bindender Entscheidungen und in Form unterschiedlicher Grade von Öffentlichkeit mit ihren jeweiligen Medien“ (Vowe 2003, 527) und gewichtet die existierenden Theorien der Politischen Kommunikation nach den Dimensionen Akteurskonstellation (Wer kommuniziert?), Mediendimensionen (Wie wird kommuniziert?) und Politikdimension (Was wird kommuniziert?) (ebd.). Gemäß dem Thema dieser Bachelorarbeit wird sich vor allem auf letztere konzentriert, die Politikdimension.

Wahlen sind der am häufigsten untersuchte Ereigniskontext für Politische Kommunikation, da sie besonders folgenreiche Ereignisse darstellen, terminierbar sind und somit ein günstiges Format für empirische Untersuchungen darstellen (Schulz 2003). Hier bedeutet Politische Kommunikation der Versuch der Einflussnahme politischer Akteure auf das Handeln der Wähler, welche von „oben“ aus dem politischen System über das Radio, Fernsehen, Zeitungen und den Einsatz SozM an die Bürger nach „unten“ erfolgt (Eilders 2006).

### Wahlkampf

Wahlkämpfe und Wahlen bilden neben der Aufteilung der Staatsgewalt bei Gesetzgebung, Gewaltenteilung, die Garantie der Grundrechte und einer freien unabhängigen Presse einen wichtigen Grundpfeiler einer demokratischen Ordnung (Styckow 2007). Durch Wahlen wird das politische System bzw. die Regierung legitimiert, rekrutiert im Sinne der Bildung einer entscheidungsfähigen Mehrheit, der gesellschaftliche Pluralismus wird repräsentiert bzw. integriert und die Wähler für bestimmte Werte mobilisiert (Styckow 2007). U. Sarcinelli (2011, 225) bezeichnet diese als „Schlüsselphasen demokratischer Legitimation im repräsentativen System.“.

Während Wahlkämpfen ist die Aufmerksamkeit von Medien und Bürgern für die Themen politischer Kommunikation erhöht, dies macht Wahlkämpfe zu Prozessen, in denen sich diese verdichtet (Donges und Jarren 2022). H. Schoen beschreibt Wahlkampf sehr treffend als „Hochphase politischer Kommunikation“ (Schoen 2005, 661), welcher den Zweck verfolgt, Informationen über Eigenschaften und inhaltliche Positionen von Parteien für die Wähler bereitzustellen.

### Zentrale Merkmale heutiger Kampagnenführung

Die grundlegenden Merkmale heutiger Kampagnenführung *Entideologisierung*, *Personalisierung*, *Entertainisierung*, *Professionalisierung* und *Zentralisierung* werden aufgegriffen, um einen allgemeinen Kontext für die anschließende Analyse und Beantwortung der Forschungsfrage zu schaffen.

Eine starke ideologische Profilierung spricht nur wenige Wähler an, stattdessen konzentrieren sich Kandidaten darauf, auf vielen Politikfeldern Sach- und Lösungskompetenz zu zeigen (*Entideologisierung*) (Schulz 1998). Laut M. Maurer (2009) tendieren Kandidaten im Wahlkampf eher dazu, sich vage zu Themen zu äußern, um konkrete Festlegungen zu vermeiden, da ihr Ziel nicht darin besteht den Wähler umfassend zu informieren, sondern diesen für die Ziele und Werte der Partei zu mobilisieren. Die Vermittlung von grundlegenden Informationen ist dabei nicht ausgeschlossen. Die *Personalisierung* von Wahlkämpfen bedeutet, dass einzelne Kandidaten in das Zentrum der Kampagnen gestellt werden, da sich Personen besser vermitteln lassen als komplexe Sachthemen (Brettschneider 2002). Damit einher geht eine Konzentration auf die Spitzenkandidaten (ebd.), wodurch man sich eine stärkere Wählermobilisierung verspricht (Gattermann 2019). Die *Entertainisierung* meint die Verwendung von Mitteln der Unterhaltungsindustrie für Wahlkampfzwecke (Holtz-Bacha 2000). Eine *Professionalisierung* der Kommunikation entsteht auch durch das Heranziehen externer Berater, welche am deutlichsten während Wahlkämpfen nachzuweisen ist (Jun 2009). Es besteht die Hoffnung, verstärkt auf die öffentliche Agenda und Medienagenda einwirken zu können (Kamps 2007; Jun 2009). Dies geht einher mit einer Intensivierung der Politik- und Kommunikationsberatung, auch im Bereich der Kommunikation über SozM (Schlipphak u.a. 2018). Zuletzt beinhaltet die *Zentralisierung* der Wahlkampagnengestaltung eine stärkere zentrale Planung und Steuerung der Kampagnen für das gesamte Wahlgebiet (Schoen 2005). Weitere Elemente wie *negative campaigning* (Auter und Fine 2016), *visuelles Storytelling* (Keim und

Rosenthal 2016) und *Microtargeting* (Zuiderveen Borgesius u.a. 2018; Blaemire 2014) bringen eine weitere Dynamik in die heutige Wahlkampf-führung in den SozM.

### 3 Forschungsgegenstand – EVP im Europäischen Parlament

Der Forschungsgegenstand ist die Europäische Volkspartei (EVP; Englisch European People's Party EPP) mit den jeweiligen Parteien und Spitzenkandidaten der Länder Spanien, Deutschland, Frankreich und Schweden.

Die Wahl fiel auf die EVP, da diese in der 9. Legislaturperiode von 2019 bis 2024 mit 177 Abgeordneten, bestehend aus 84 Parteien aus 43 Staaten (European People's Party o.J.a), die größte Fraktion (EPP Group in the European Parliament o.J.a) im europäischen Parlament stellt. Seit mehreren Jahren bin ich Mitglied in der Jungen Union und habe zudem im Jahr 2022 in Brüssel und Straßburg ein Praktikum bei einem Abgeordneten der EVP absolviert. Dies eröffnete mir Einblicke in die Arbeit dieser Fraktion und begründet ergänzend meine Fallauswahl.

Die Entstehungsgeschichte der EVP ist unter folgender Fundstelle nachzulesen (European People's Party o.J.a).

Die EVP verortet sich selbst als Mitte-Rechts-Partei (European People's Party o.J.a). Die Hauptziele sind die Förderung eines demokratischen, transparenten, effizienten, freien, sicheren und klimafreundlichen Europas (European People's Party o.J.b). Sie formuliert vier zentrale Werte, die sie in ihrer Arbeit leiten (EPP group in the European Parliament o.J.b):

1. Achtung der Menschenwürde, Freiheit, Verantwortung, Gleichheit und Recht, Solidarität und Subsidiarität. Dabei bilden jüdisch-christliche Werte das Fundament.
2. Schutz der repräsentativen Demokratie, Gewaltenteilung, Menschenrechte und Rechtsstaatlichkeit.
3. Einstehen für eine gerechte Gesellschaft, Chancengleichheit und eine soziale Marktwirtschaft.
4. Förderung einer Ressourcenbewirtschaftung und neuer Technologien, die die Lebensqualität steigert.

Sie ist gemäß Art. 1 ihrer Satzung (Europäische Volkspartei. o.J.) eine europäische politische Partei und hat die Form einer internationalen Vereinigung ohne Gewinnerzielungsabsicht nach belgischem Recht (IVoG).

Ihre Mitglieder sind gemäß Art. 5 der Satzung in der Europäischen Union errichtete politische Parteien christlich- demokratischer oder verwandter Ausrichtung, wie bspw. die vier in dieser Arbeit analysierten Parteien. Ausführende Organe der Vereinigung sind nach Art. 10 der Satzung das Präsidium, der Vorstand und der Kongress.

Letzterem sind nach Art. 18 der Satzung grundsätzliche Entscheidungen wie die Genehmigung von Satzungsänderungen, die Wahl des Präsidenten und weiterer Organträger und auch die Genehmigung des politischen Programms der EVP als Zuständigkeit übertragen. Details dazu werden in der Geschäftsordnung der EVP geregelt, wie bspw. die Zusammensetzung des Kongresses. Diesem gehören neben den Präsidiumsmitgliedern und ordentlichen Mitgliedern verschiedene Mandatsträger wie z.B. Delegierte, Staats- und Regierungschefs, EU- Kommissionsmitglieder an, sofern diese selbst Mitglied einer Partei der EVP sind. Die Entscheidungen des Kongresses basieren somit auf einer möglichst breiten Basis der Akteure der EVP und deren Mitgliedsparteien.

In Bukarest wurde am 07.03.2024 durch den Kongress das Wahlprogramm der EVP zur Europawahl 2024 verabschiedet, welche die Richtung des Wahlkampfes der EVP verbindlich regelt.

### **3.1 Deutschland – Christlich Demokratische Union Deutschlands**

Die Christlich Demokratische Union Deutschlands wurde 1945 gegründet und ist seit 1949 mit der bayrischen Schwesterpartei Christlich-Soziale Union in einer Fraktionsgemeinschaft verbunden (CDU o.J.). Diese ist die einzige deutsche Fraktion, welche Teil der EVP ist und in der 9. Legislaturperiode von 23 Abgeordneten der CDU und 6 Abgeordneten der CSU im Europäischen Parlament vertreten wird (CDU 2021). Die CDU wirbt mit Ursula von der Leyen als ihrer Spitzenkandidatin, allerdings lediglich für das Amt der Kommissionspräsidentin, welche nach der Wahl ernannt wird und daher auf keinem Stimmzettel durch die deutschen Wähler zu wählen ist. Die Analyse betrachtet somit zwar die CDU, die größere Partei der Fraktionsgemeinschaft CDU/CSU und gleichzeitig den Spitzenkandidaten der CSU, Manfred Weber, welcher im Gegensatz zu U. von der Leyen in dem Bundesland Bayern für das Europaparlament gewählt werden kann. Weber war zunächst in der Jungen Union, der Jugendorganisation von CDU/CSU aktiv und wurde 2002 mit 29 Jahren jüngster Abgeordneter im Bayrischen Landtag. Seit 2004 ist er Abgeordneter im Europäischen Parlament und seitdem Mitglied in den Ausschüssen für konstitutionelle Fragen, bürgerliche Freiheiten, Justiz und Inneres sowie für regionale Entwicklungen (EPP group in the European Parliament o.J.c). Bei der Wahl 2019 war er zum europaweiten Spitzenkandidaten der EVP und designiert für den Posten des Kommissionspräsidenten angetreten. Letztlich wurde als Ergebnis der Verhandlungen der Fraktionen U. von der Leyen für die Legislaturperiode 2019 bis 2024 als ein Kompromiss zur Kommissionspräsidentin ernannt. 2022 wurde Weber neben seiner Aufgabe als EVP- Fraktionsvorsitzenden auch zum Vorsitzenden der EVP gewählt. Nun führt er als Spitzenkandidat die Liste der CSU im Wahlkampf 2024 an (Weber o.J.).

### **3.2 Schweden – Kristdemokraterna**

Die KD wurde 1964 aus der Fusion der Parteien „Bondeförbundet“ und „Kristna Folkpartiet“ gegründet (Kristdemokraterna o.J.) und ist in der 9. Legislaturperiode im Europaparlament von 2 Abgeordneten

vertreten. Die schwedische Partei Moderaterna ist ebenfalls Teil der EVP, diese Analyse beschränkt sich jedoch nur auf die KD, welche von der Spitzenkandidatin Alice Teodorescuc Måwe angeführt wird. Sie kandidiert erstmals für das Europäische Parlament und ist Juristin mit einer ausgeprägten Expertise im Bereich Kommunikation, Lobbying und politischer Einflussnahme. Vor ihrer Kandidatur war sie politische Redakteurin bei der Zeitung Göteborgs-Posten und Autorin, politische Analystin, Moderatorin und Beraterin für öffentliche Angelegenheiten und strategische Kommunikation bei Klartext Stockholm AG (Teodorescuc o.J.). Teodorescuc löst die ehemalige Spitzenkandidatin der KD, Sara Skyttedal, ab (Zettermann 2024).

### **3.3 Spanien – Partido Popular**

Die Partido Popular ging 1989 durch Umbenennung aus der Alianza Popular hervor (Partido Popular o.J.). Sie ist die einzige spanische Partei in der EVP und wird in der 9. Legislaturperiode von 13 Abgeordneten im Europäischen Parlament vertreten. Da die PP zum Zeitpunkt des Analysezeitraumes die Liste für die Wahl 2024 noch nicht veröffentlicht hatte, konzentriert sich diese Analyse auf die Spitzenkandidatin der Wahl 2019, Dolors Montserrat, welche erst nach dem Untersuchungszeitraum offiziell erneut zur Spitzenkandidatin ernannt wurde. Sie ist Juristin und praktizierte von 1997 bis 2011 in einer Anwaltskanzlei, von 2003 bis 2015 war sie Stadträtin und Sprecherin der Volkspartei im Stadtrat von San Sadurní d'Anoia. 2016 wurde sie spanische Ministerin für Gesundheit, soziale Dienste und Gleichstellung. 2019 führte Sie als Spitzenkandidatin die Liste der PP bei der Europawahl an und zog erstmals in das Europäische Parlament ein. Sie ist stellvertretende Vorsitzende der EVP und Leiterin der spanischen Delegation der EVP-Fraktion. Zudem ist sie Vorsitzende des Petitionsausschusses des Parlaments, Mitglied in den Ausschüssen für Umwelt, öffentliche Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, zur Bekämpfung von Krebs und Co-Vorsitzende der Arbeitsgruppe Gesundheit des Europäischen Parlaments (EPP group in the European Parliament o.J.d).

### **3.4 Frankreich – Les Républicains**

Les Républicains, bis 2015 noch unter dem Namen „Union pour un Mouvement Populaire“ bekannt, war 2002 aus mehreren politischen Parteien des Mitte-Rechts-Spektrums hervorgegangen. 2002 bis 2012 stellte diese mit Jacques Chirac und Nicolas Sarkozy den Staatspräsidenten Frankreichs (Schubert und Klein 2020). Les Rép ist die einzige französische Partei, die Teil der EVP und mit 8 Abgeordneten in der 9. Legislaturperiode im Europäischen Parlament vertreten ist. Der Spitzenkandidat der Partei für die Europawahl 2024 ist François-Xavier Bellamy. Nach dem Literaturstudium widmete er sich der Philosophie, trat 2005 in die École Supérieure ein und wurde 2008 in die Agrégation de philosophie aufgenommen. Bellamy bekleidete während zwei Legislaturperioden, 2008 mit Wiederwahl 2014, das Amt des stellvertretenden Bürgermeisters von Versailles. Als Spitzenkandidat für die Europawahl 2019 wurde er erstmals zum Abgeordneten des Europäischen Parlaments gewählt und ist in den Ausschüssen

für Industrie, Forschung und Energie, für Kultur und Bildung und Fischerei tätig. Außerdem ist er der Leiter der französischen Delegation der EVP-Fraktion (Bellamy o.J.). Nun führt Bellamy erneut als Spitzenkandidat die Liste der Les Rép an.

#### 4 Methodik – Qualitative Inhaltsanalyse nach P. Mayring

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wird die *qualitative Inhaltsanalyse nach P. Mayring* verwendet. Sie wurde in den 1980er Jahren entwickelt (Mayring 2015) und stellt ein Verfahren „qualitativ orientierter Textanalyse zur Verfügung, das mit dem technischen Know-how der quantitativen Inhaltsanalyse (Quantitative Content Analysis) große Materialmengen bewältigen kann, dabei aber im ersten Schritt qualitativ-interpretativ bleibt.“ (Mayring und Fenzl 2014, 543). Die Auswertung großer Datenbestände ist angesichts der Analyse der zahlreichen Beiträge in den SozM von besonderer Bedeutung. Im Vergleich zu anderen textanalytischen Methoden, wie der wissenssoziologischen Hermeneutik oder der Grounded Theory wird die Methode der *qualitativen Inhaltsanalyse nach P. Mayring* am häufigsten angewendet (ebd.).

Zunächst wird das Material kommunikationswissenschaftlich verankert. Als Quellen dienen die Beiträge in den SozM, während die Parteien und deren Spitzenkandidaten im jeweiligen Land die Kommunikatoren sind. Die bereits bestehenden und potenziellen neuen Wähler werden zur Zielgruppe erkoren. Die Analyse des Untersuchungsmaterials folgt einem Ablaufmodell und ist bestimmt durch die Festlegung von Analyseeinheiten (Mayring 2015). Die Kontexteinheit bestimmt, welche Informationen für die Kodierung herangezogen werden, bspw. ein ganzes Interview, ein Satz oder Absatz. Die Auswertungseinheit bestimmt zuletzt die Materialportion, der ein Kategoriensystem gegenübergestellt wird. In dieser Arbeit stellen alle Beiträge in den drei untersuchten SozM die Auswertungseinheit dar. Die Bild- bzw. Videounterschrift oder der Bildtext bzw. der gesprochene Text in den Videobeiträgen dienen als Kontexteinheit, während als Kodiereinheit und somit minimaler Textbestandteil einzelne Wörter festgelegt werden. Die Textstellen werden regelgeleitet mithilfe eines in dieser Analyse deduktiv abgeleiteten Kodierleitfadens in Kategorien eingeordnet (Kapitel 4.3). Ein Gütekriterium ist die Intrakoderübereinstimmung. Daher wird nach Abschluss der Analyse noch einmal von vorne ausgewertet. Dies ist ein Indikator für die Stabilität des Vorgehens.

P. Mayring unterscheidet drei verschiedene Analysetechniken: *Zusammenfassung*, *Explikation* und *Strukturierung* (Mayring 2015). In dieser Bachelorarbeit wird die *Strukturierung* angewendet, welche das Ziel verfolgt, vorhandenes Untersuchungsmaterial in Kategorien einzuordnen und somit eine Struktur im Material zu erkennen (ebd.). Mittels dieses Vorgehens wird zunächst eine prozentuale Verteilung der Wahlkampfthemen sichtbar. Um die Beiträge der SozM zu strukturieren, wird aus dem Wahlprogramm der EVP für die Europawahl 2024 ein Kodierleitfaden abgeleitet, welcher jeder Kategorie eine Definition, Textpassagen als Ankerbeispiele und Kodierregeln zur Abgrenzung zuordnet. Somit kann

identifiziert werden, welche Themen die EVP in ihrem Wahlprogramm anspricht. In der Kampagnen- und Wahlkampfforschung werden fünf Kampagnenstrategien angeführt: Präsidialstrategie, Angriffsstrategie, Konterstrategie, Themen- und Kompetenzwahlkampf und Personalisierungsstrategie (Focke 2007). Es wäre nicht sinnvoll, die Strategien Präsidial- oder Konterstrategie zu erheben, da erstere auf die Kampagne eines Staatsoberhauptes oder Regierungschefs fokussiert und bei zweiteren die Konterbeiträge in Form von Reaktionen auf einen Bezugs- Beitrag mit erhoben werden müssten. Dies würde die Notwendigkeit der Erhebung weiterer Daten bedürfen, welche das hier gewählte Forschungsdesign nicht vorsieht. Beide Strategien hätten zudem wenig Aussagekraft zu der Forschungsfrage. Bezüglich der Strategien des Angriffs und der Personalisierung werden in diesem Forschungskontext ergänzend zu dem Themen- und Kompetenzwahlkampf, welcher durch das Wiedergeben des Wahlprogramms bereits erhoben wird, zwei interessante Ergänzungen erwartet.

## 4.1 Untersuchungsmaterial

Im Folgenden wird das Untersuchungsmaterial vorgestellt, welches während der Analyse nicht verändert oder erweitert wird.

### 4.1.1 Auswahl der Länder

Untersucht werden die Länder Deutschland, Frankreich, Schweden und Spanien. Diese wurden zum einen ausgewählt, um eine möglichst breite geografische Abbildung Europas aufzunehmen. Zum anderen haben die vier Länder unterschiedliche Regierungssysteme, wobei jeweils zwei der Länder über die gleichen Mediensysteme verfügen (*Abbildung 1*). Zudem haben die Länder parteienzentrierte und nicht kandidatenzentrierte Systeme. Ebenfalls wichtig war eine Länderauswahl, die über wenig Parteizersplitterung innerhalb der EVP verfügt.

Land	Partei	geografische Lage	Mediensystem	Regierungssystem
Deutschland	CDU	Zentraleuropa	Demokratisch Korporatistisch	Föederal Parlametarisches Regierungssystem
Frankreich	Les Républicains	Westeuropa	Polarisiert Pluralistisch	Semi-präsidentielles Regierungssystem
Schweden	Kristdemokraterna	Nordeuropa	Demokratisch Korporatistisch	Parlamentarische Monarchie
Spanien	Partido Popular	Südeuropa	Polarisiert Pluralistisch	Parlamentarische Monarchie

*Abbildung 1: Auswahl der Länder (Fenoll u.a. 2019, 8)*

#### 4.1.2 Auswahl der Kanäle in den Sozialen Medien

Der *Reuters Institute Digital News Report 2023* ermittelte mithilfe einer Online-Umfrage Ende Januar 2023, welche Medien in Europa, Amerika, Asien und Afrika als Nachrichtenquelle genutzt werden (Newman u.a. 2023). Über alle Länder hinweg nehmen die SozM als Nachrichtenquelle zu, vor allem jüngere Teilnehmer der Studie bevorzugen es, sich überwiegend in den SozM über Politik zu informieren. Zudem ergab eine weltweite<sup>1</sup> Erhebung von Statista im Zeitraum 2019 bis 2023, dass Facebook das am meisten genutzte SozM für Nachrichten ist, wobei die Nutzung im Jahr 2019 noch 36% betragen hatte, im Jahr 2023 jedoch auf 28% fiel (Statista 2023). Instagram gewinnt nämlich immer mehr an Bedeutung (2023: 15% Nutzungsquote), gefolgt von X (2023: 8%) (ebd.). Gleichwohl unterliegen die SozM einem stetigen Wandel und schnellen Trends. Das SozM TikTok (Newman et al. 2023), wird als neues Instrument der Politischen Kommunikation jedoch noch nicht homogen von den in dieser Arbeit betrachteten Parteien und Kandidaten eingesetzt. Daher eignet sich TikTok noch nicht für diese vergleichende Analyse in Bezug auf den Forschungsgegenstand.

Abgeleitet aus den beiden Studien von *Statista 2023* und des *Reuters Institute Digital News Report 2023* werden die drei SozM Instagram, Facebook und X zur Analyse ausgewählt.

Diese beschränkt sich zum einen auf die Kanäle der jeweiligen EVP- zugehörigen Partei in den vier europäischen Ländern und zum anderen auf die Kanäle deren Spitzenkandidaten. Letztere Auswahl wurde getroffen, da diese bereits vor Beginn des Analysezeitraums über die höchsten Followerzahlen (Anhang 6) auf allen drei Plattformen verfügten, somit eine große Community haben und deren Beiträge damit viele Wähler erreichen. Zudem war zu erwarten, dass deren Auftritte in den SozM über ein homogenes Maß an Professionalisierung verfügen, was die Vergleichbarkeit fördert. Zum anderen wurde in dem EU- Wahlkampf seit 2014 die Personalisierung und somit eine verstärkte Konzentration auf die Spitzenkandidaten etabliert (Gattermann 2019), eine wichtige Änderung, der in dieser Untersuchung ebenfalls Rechnung getragen wird.

In allen drei SozM finden sich häufig die Kombination von Bildern mit Texten als Bildunterschrift wieder. Die Analyse konzentriert sich auf die Bild- bzw. Videounterschrift oder den Bildtext bzw. den gesprochenen Text im Video und nicht auf die bildliche Darstellung. Die Kommentare der Nutzer, Retweets auf X oder Repostings (Wiedergabe von Beiträgen eines anderen Kanals im Sozialen Medium) auf Facebook werden nicht miteinbezogen, da diese wenig Aussagekraft zur genannten Forschungsfrage haben. Aufgrund der medienbedingten Flüchtigkeit wurden sog. Instagram- und Facebook-Stories, welche lediglich 24 Stunden zur Verfügung stehen, ebenfalls nicht erhoben.

---

<sup>1</sup> Die Erhebung erfolgte in den Ländern Großbritannien, USA, Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien, Irland, Dänemark, Finnland, Japan, Australien und Brasilien

## 4.2 Analysezeitraum

Mit der Verabschiedung des Wahlprogramms der EVP auf der Konferenz in Bukarest am 07.03.2024 startete der Untersuchungszeitraum. Die Konferenz markierte gleichzeitig den gemeinsamen Start für den Europawahlkampf. Der Zeitraum umfasst einen Monat und endete somit am 07.04.2024. Diese Zeitspanne wird als ausreichend erachtet, um eine fundierte und konsistente Materialmenge zu erheben. Bewusst wurde sich für die Phase des Vorwahlkampfes und damit gegen die letzten vier Wochen vor der Europawahl, der „Heißen Phase“ (Focke 2007) entschieden. Das Engagement aller Parteien wurde zwar in der „Heißen Phase“ besonders hoch eingeschätzt, der Ansatz des „permanent campaigning“ (Fitzmaier und Plasser 2001), welcher seit den 1980er Jahren Merkmal des politischen Wettbewerbs und Kommunikationspraxis der Vereinigten Staaten ist und mittlerweile auch Anwendung in Europa findet, besagt jedoch, dass ein permanenter Wahlkampf nicht nur die Sicherung der Wiederwahlchancen ist, sondern die permanente Stärkung der Position im politischen System außerhalb der heißen Wahlkampfphase. Es gilt demnach ständig Wahlkampf zu betreiben und nicht nur in der „Heißen Phase“, also den vier Wochen vor der Wahl.

Durch die Auswahl des konkreten Analysezeitraums sollte bereits eine ausreichende Datenbasis ermittelt werden. Die Anzahl der gesammelten über tausend SozM- Beiträge bestätigte diese Annahme. Der Zeitraum unmittelbar vor den Europawahlen 2024 lag im Übrigen kurz vor dem Termin zur Abgabe dieser Bachelorarbeit, sodass eine umfangreiche Interpretation dieser Ergebnisse nicht möglich gewesen wäre.

Betrachtet man nun die Kanäle der Parteien und der Spitzenkandidaten auf den genannten drei Plattformen, umfasst die Analyse insgesamt 24 Accounts, deren Beiträge im Analysezeitraum betrachtet werden:

- Deutschland: CDU und Spitzenkandidat Manfred Weber
- Schweden: Kristdemokraterna und Spitzenkandidatin Alice Teodorescuc Måwe
- Spanien: Partido Popular und Spitzenkandidatin Dolors Montserrat
- Frankreich: Les Républicains und Spitzenkandidat François-Xavier Bellamy

## 4.3 Bestimmung der Analyserichtung

Die strukturierende Inhaltsanalyse leitet die Analysekategorien deduktiv vor der Analyse aus dem Material, hier dem Wahlprogramm der EVP, ab. P. Mayring zufolge muss genau definiert werden, wann ein Materialbestandteil in eine Kategorie fällt. Dabei ist die Festlegung von Kategorien, Ankerbeispielen und Kodierregeln in einem Kodierleitfaden essenziell (Mayring 2015):

*Kategoriedefinition:* Es wird definiert, welche Textbestandteile in eine Kategorie fallen.

*Ankerbeispiele:* Textbeispiele dienen als Orientierung zur Einordnung der Textbestandteile.

*Kodierregeln:* Um eine eindeutige Zuordnung zu ermöglichen, werden vorab Regeln festgelegt.

Die folgende Analyse basiert auf einem nominalen Kategoriensystem, welches eine Liste an gleichgestellten Kategorien aufstellt, bei der geprüft wird, ob Aussagen aus dem Wahlprogramm enthalten sind, die Kandidaten personenbezogenen Wahlkampf betreiben oder sie die Angriffsstrategie verfolgen. Bei einem nominalen Skalenniveau wird zwischen den zwei Ausprägungen *vorhanden (1)* und *nicht vorhanden (0)* unterschieden. Mehrfachkodierungen sind möglich, da ein Beitrag gleichzeitig verschiedene Themen ansprechen kann.

#### **4.4 Ableitung des Kodierleitfadens aus dem Wahlprogramm der EVP zur Europawahl 2024**

Das Manifesto 2024 der EVP (Anhang 2) lässt sich in sechs Kategorien (K) mit verschiedenen Subkategorien (SK) gliedern. Sie fallen unter die Wahlkampfstrategie Themen- und Kompetenzwahlkampf, welche die sachliche Kompetenz der Partei oder des Kandidaten in den Mittelpunkt stellt (Focke 2007):

- K *Außenpolitik* mit den SK *Ukraine, Verteidigung, Terrorismus und organisierte Kriminalität*
- K *Asyl und Migration* mit den SK *Illegale Migration, Arbeitsmigration, Asyl*
- K *Soziales* mit den SK *Wahrung der Demokratie/ Traditionen/ kultureller Reichtum/ Vielfalt, Sozialstaat, Innovationen im Gesundheitsbereich*
- K *Klima und Umwelt* mit den SK *Klimaschutz, Energiepolitik*
- K *Wirtschaft* mit den SK *Europas Wettbewerbsfähigkeit, Abbau der Bürokratie, Abwanderung von Fachkräften stoppen, Schaffung von Arbeitsplätzen, Unterstützung der Landwirtschaft und Fischerei, Handelspolitik*
- K *Digitalisierung* mit der SK *Digitalisierung und Menschenzentrierte KI vorantreiben*

Zudem werden die K Angriffs- und Personalisierungsstrategie in den Kodierleitfaden mit aufgenommen:

- Die *Angriffsstrategie* stellt den politischen Gegner negativ dar und hebt die eigene Position positiv hervor (Focke 2007)
- Die *Personalisierungsstrategie* rückt den Kandidaten in den Mittelpunkt (ebd.)

Der Kodierleitfaden mit ausführlichen Definitionen, Ankerbeispielen und Kodierregeln ist dem Anhang 1 zu entnehmen.

## 5 Analyse und Auswertung der Ergebnisse

Zunächst werden die Erwartungen an die Analyse formuliert und danach Ergebnisse des ersten Teils der Fragestellung dargelegt, nämlich welche Themen aus dem Wahlprogramm angesprochen werden. Anschließend folgt die Vorstellung der Ergebnisse des zweiten Teils, d.h. welche Abweichungen von dem Wahlprogramm festgestellt werden konnten.

### 5.1 Erwartungen an die Analyse

Es war anzunehmen, dass mithilfe der Analyse nach P. Mayring eine fundierte prozentuale Verteilung der wahlkampforientierten, personenbezogenen und angriffsstrategischen Themen zu sehen sein wird. Außerdem war zu vermuten, dass zu einzelnen Themen aus dem Wahlprogramm mehr Beiträge gepostet werden als zu anderen, was daran liegen könnte, dass die vier Länder unterschiedliche Schwerpunkte im Wahlkampf setzen. Es könnte aber auch darauf zurückzuführen sein, dass die Positionen der Länder zu diesen Themen vom Wahlprogramm der EVP abweichen und deshalb dazu weniger gepostet wird. Vermutlich wird dies insbesondere bei konfliktreichen Politikfeldern wie *Migration* oder *Energie* der Fall sein, denn aus den Wahlprogrammen der einzelnen Parteien CDU, Kristdemokraterna, Partido Popular und Les Républicains (CDU 2024; Kristdemokraterna 2015; Les Républicains 2022; Partido Popular 2023) geht hervor, dass sich die Positionen bezüglich dieser Politikfelder zwischen den Parteien zwar nicht wesentlich, aber dennoch unterscheiden.

### 5.2 Länderübergreifende Analyse

In dem Untersuchungszeitraum wurden insgesamt 1.027 Beiträge erhoben, welche sich in 435 X-Beiträge, 266 Instagram-Beiträge und 326 Facebook-Beiträge gliedern.

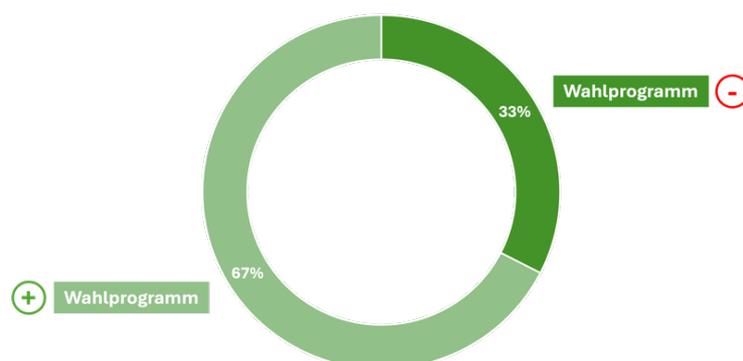


Abbildung 2: Zuordnung gesamt, in relativen Zahlen

Betrachtet man alle erhobenen 1.027 Beiträge, ist zu sehen, dass davon 67% das Wahlprogramm ansprechen, bei 33% ist dies also nicht der Fall. Circa ein Drittel der Posts beschäftigen sich also mit

Themen außerhalb des Wahlprogramms, wie regionalen Themen das Land betreffend oder dortige tagespolitische aktuelle Entwicklungen. In *Abbildung 2* ist eine Verzerrung hinsichtlich der Beiträge, die das Wahlprogramm nicht ansprechen, zu sehen, bedingt durch die Beiträge der spanischen PP und deren Spitzenkandidatin Montserrat. Im Untersuchungszeitraum wurde Spanien mit innenpolitischen Angelegenheiten konfrontiert, die fast vollständig den Europawahlkampf überschatteten (Kapitel 5.3.4). Da eine hohe Anzahl von Beiträgen zu den innenpolitischen Angelegenheiten veröffentlicht wurde, wirkt sich dies in der Gesamtdarstellung überproportional aus.

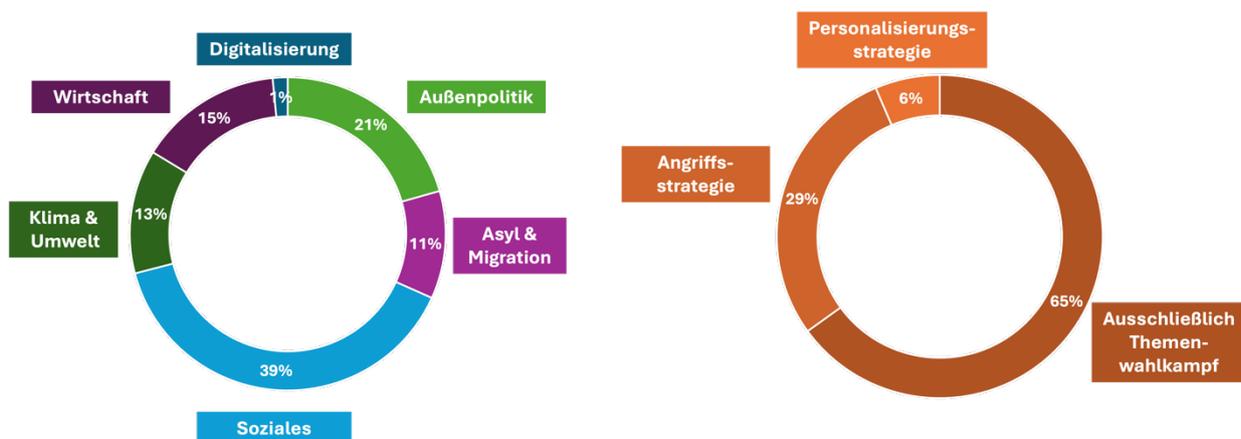


Abbildung 3: Zuordnung gesamt, in Kategorien und relativen Zahlen

Betrachtet man nun die 67% der Beiträge, welche das Wahlprogramm ansprechen (*Abbildung 3*), ist zu sehen, dass der K *Soziales* die meisten Beiträge (282, 39%) zugeordnet wurden. Darauf folgt die K *Außenpolitik* mit 148 Beiträgen, umgerechnet 21%. An dritter Stelle steht die K *Wirtschaft* mit 106 Beiträgen, dies entspricht 15%. K *Klima & Umwelt* folgt mit 92 Beiträgen, in relativen Zahlen 13%, gefolgt von K *Asyl & Migration* mit 80 Beiträgen, das heißt 13%. Am seltensten wurden Inhalte des Untersuchungsmaterials der K *Digitalisierung* zugeordnet mit 1%. Lediglich 11 von 1.027 Beiträgen thematisieren diese.

In *Abbildung 3* ist zudem das Ergebnis visualisiert, dass 6% der Beiträge einer Personalisierungsstrategie folgen und 29% eine Angriffsstrategie umsetzen. 65%, also die meisten Beiträge, transportieren den reinen Themenwahlkampf, das heißt die inhaltliche Bezugnahme auf das Wahlprogramm der EVP.

Die Verteilung der Beiträge auf Instagram und Facebook ähneln sich stark, da die Parteien und Kandidaten oft identische Beiträge auf diesen beiden Netzwerken posteten. Auf X weicht die Verteilung der Beiträge ab, was daran liegen könnte, dass X eine andere Plattformstruktur besitzt und es eher um das Veröffentlichung kurzer und oftmals tagesaktueller Standpunkte anstatt des Postens von Reels oder Bildern geht. Auf X wurden die meisten angriffsstrategischen Posts geteilt, während auf Instagram die

Personalisierungsstrategie am stärksten zu Tage tritt (Anhang 5), was ebenfalls mit der eben erörterten unterschiedlichen Handhabung dieser SozM erklärt werden kann.

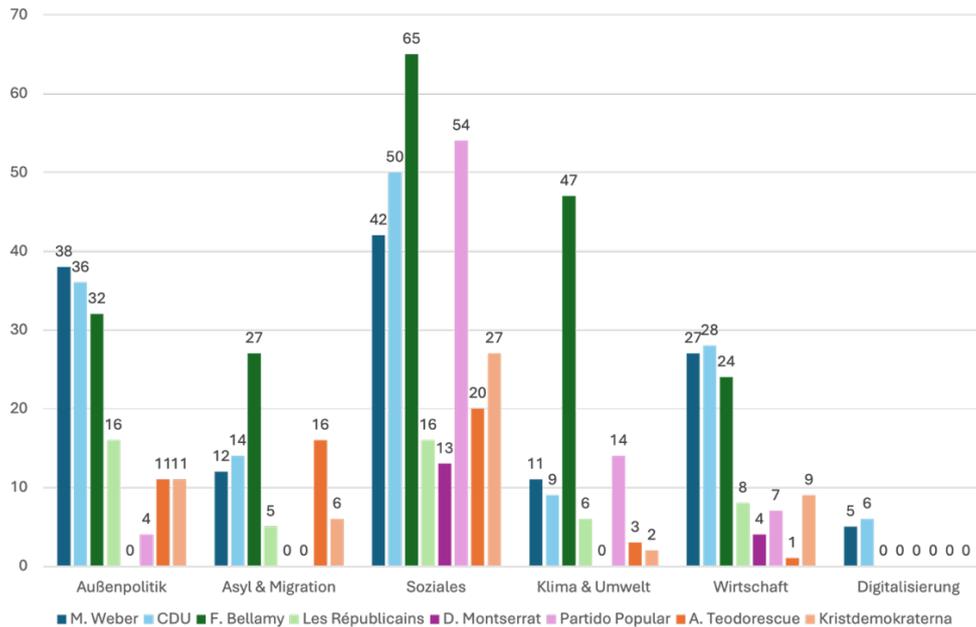


Abbildung 4: Zuordnung gesamt, in Kategorien und relativen Zahlen, nach Ländern

Zunächst werden die Länder vergleichend gegenübergestellt. Weber und die CDU verfolgen als einzige Partei und Kandidat eine ähnliche und homogene Themensetzung. Für beide ist nach der K Soziales, die K Außenpolitik wichtig. Für Bellamy folgt an zweiter Stelle die K Klima & Umwelt, während sein Parteiorgan Les Rép auf die K Außenpolitik setzen. Montserrat fokussiert an zweiter Stelle auf die K Wirtschaft, die PP auf Klima & Umwelt. Teodorescue setzt an zweiter Stelle auf Asyl & Migration, die KD auf Außenpolitik. Überwiegend beschäftigen sich auf dem zweiten Rang die Parteien mit Außenpolitik, während die Kandidaten eher dazu neigen dieses Thema zu vernachlässigen.

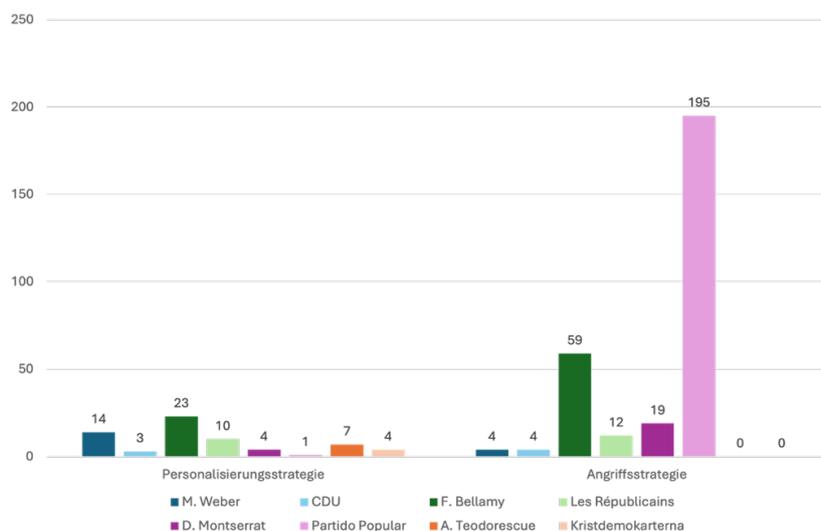


Abbildung 5: Zuordnung gesamt, in Kampagnenstrategien und relativen Zahlen, nach Ländern

Unter den Parteien verwendet die PP die Angriffsstrategie mit 195 Beiträgen am häufigsten. Bellamy ist der Kandidat, welcher diese Strategie mit 59 Beiträgen am stärksten verwendet. Ebenfalls ist er mit 23 Beiträgen unter den Kandidaten derjenige mit der stärksten Personalisierungsstrategie. Unter den Parteien verfolgt diese Taktik mit 10 Beiträgen ebenfalls seine Partei Les Rép am stärksten.

### 5.3 Landesspezifische Analysen

Nachfolgend wird jedes Land einzeln analysiert.

#### 5.3.1 Deutschland

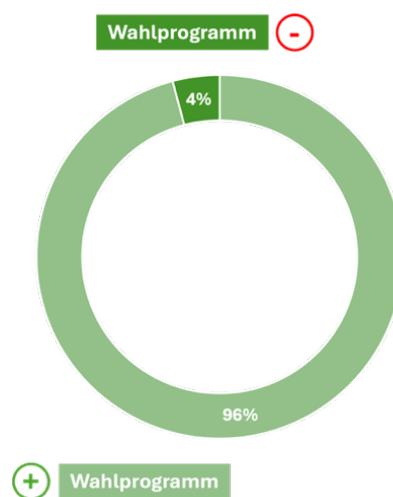


Abbildung 6: Zuordnung Weber und CDU in relativen Zahlen

Insgesamt postete im Untersuchungszeitraum Weber 166 und die CDU 124 Beiträge. 94% dieser Beiträge sprechen das Wahlprogramm an, bei nur 4% ist dies nicht der Fall. Vergleicht man diesen Befund mit den anderen untersuchten Ländern, sind Weber und die CDU am häufigsten auf der Linie des Wahlprogramms einzuordnen.

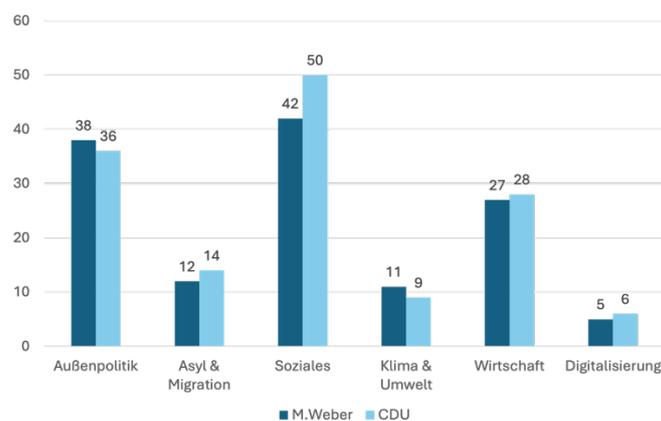
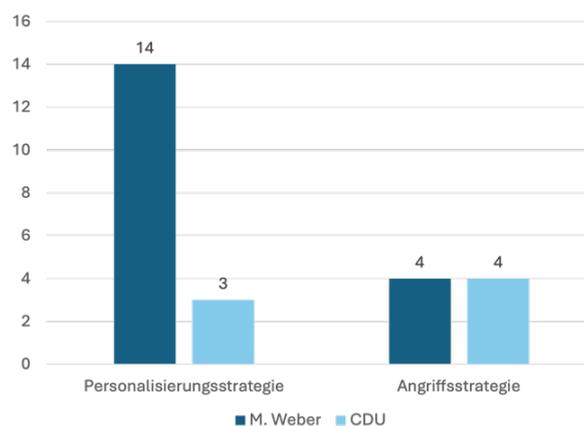


Abbildung 7: Zuordnung nach Wahlprogrammthemen Weber und CDU in absoluten Zahlen

Besonders auffällig bei beiden ist die nahezu identische Gewichtung der einzelnen Wahlkampfthemen, dadurch heben sie sich von allen anderen Ländern ab (*Abbildung 7*). Ebenfalls besonders ist, dass Weber und die CDU im Vergleich zu den anderen untersuchten Ländern eine breite Palette an Themen aus dem Wahlprogramm ansprechen.

Die meisten Beiträge sind der K *Soziales* mit 42 bzw. 50 Beiträgen zuzuordnen, dicht gefolgt von der K *Außenpolitik* mit 36 bzw. 38 Beiträgen. Danach folgt die K *Wirtschaft* mit 27 bzw. 28 Beiträgen. Mit großem Abstand folgt an vierter Stelle die K *Asyl & Migration* mit 12 bzw. 14 Zuordnungen und *Klima & Umwelt* mit 9 bzw. 11 Zuordnungen. An letzter Stelle steht die K *Digitalisierung* mit 5 bzw. 6 Beiträgen. Inhaltlich auffällig ist, dass Weber im Vergleich zu den anderen Parteien und Kandidaten ein eigenes Hashtag #WebervorOrt verwendet, wenn er Besuche im Wahlkreis tätigt. Zudem hebt er in seinen Beiträgen die christlichen Werte hervor: „Unsere Gesellschaft braucht ein starkes Fundament. Wir stehen zur christlichen Prägung unseres Landes und Europa“ (WB IG51) oder „In einer Zeit der Spaltung brauchen wir Werte, die zusammenführen (...) Viele dieser Werte haben ihren Ursprung im Christentum, dem Humanismus und der Aufklärung“ (WB FB41).



*Abbildung 8: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Weber und CDU in absoluten Zahlen*

Weber verfolgt im Vergleich zu der CDU eine stärkere Personalisierungsstrategie. Bei der Angriffsstrategie sind beide – auf niedrigem Niveau mit jeweils vier Beiträgen – gleichauf.

### 5.3.2 Schweden

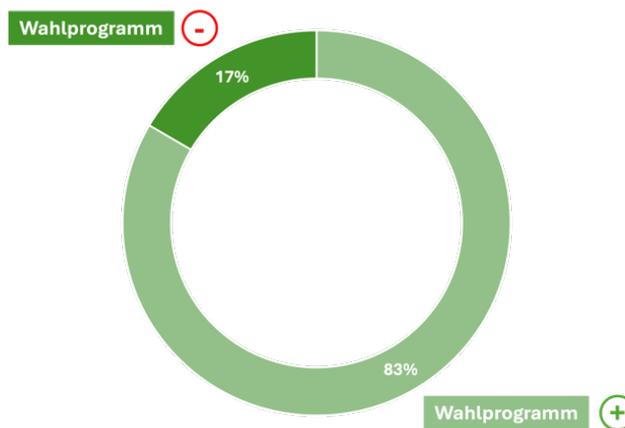


Abb. 8: Zuordnung Teodorescue und KD in relativen Zahlen

Insgesamt postete Teodorescue im Untersuchungszeitraum 64 Beiträge und ihre Partei KD 63 Beiträge. Von allen Beiträgen sprechen 83% das Wahlprogramm an, bei 17% ist dies nicht der Fall. Letztere umfassen bspw. Beiträge zu dem Osterfest (tagesaktuelle Geschehnisse) oder ein Post zum Tod von Erling Öhmann, einem der Gründer der KD (regionales Thema).

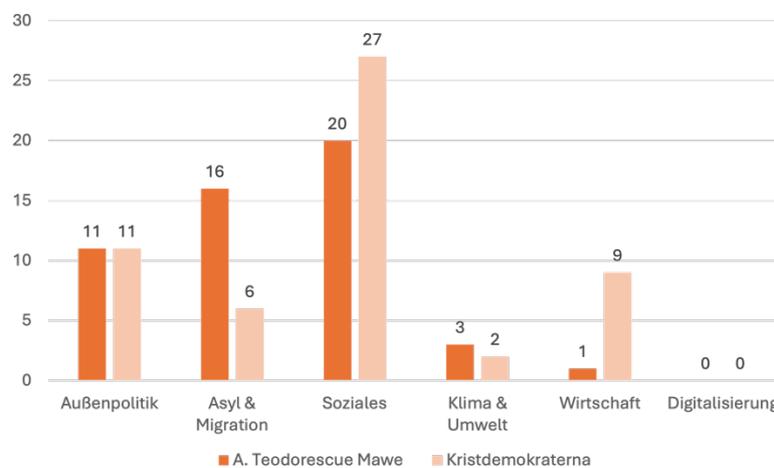


Abbildung 9: Zuordnung nach Wahlprogrammthemen Teodorescue und KD in absoluten Zahlen

Teodorescue und die KD messen der K Soziales den größten Stellenwert bei (Abbildung 9). Die weitere Gewichtung der Wahlprogrammthemen unterscheidet sich, denn für Teodorescue ist das Wahlkampfthema *Asyl & Migration* sehr wichtig: In ihren Beiträgen spricht sie sich für eine strengere Migrationspolitik aus, worauf in Kapitel 5.4.5 ausführlich eingegangen wird. Auffällig ist außerdem, dass Teodorescue im Vergleich zu den anderen untersuchten Ländern viele Posts veröffentlichte, die den Angriff auf Israel beinhalten, bspw. thematisiert sie anlässlich des Weltfrauentages die Grundrechte jedes Menschen und macht deutlich, dass diese in Israel gelten, jedoch Frauen von dem Regime in Palästina verwehrt werden (TR FB03).

Für die KD ist neben Soziales die K *Außenpolitik* am wichtigsten, wohingegen das für deren Kandidatin überaus wichtige Thema *Asyl & Migration* nur eine untergeordnete Rolle spielt. In der K *Außenpolitik* wird bspw. der Beitritt in die NATO thematisiert, welcher in den Untersuchungszeitraum fiel (KD FB02). In diesen Beiträgen wird außerdem ein Bezug zum Ukrainekrieg hergestellt. Auffällig ist bei beiden schwedischen Kanälen, dass sie die K *Digitalisierung* nicht erwähnen.

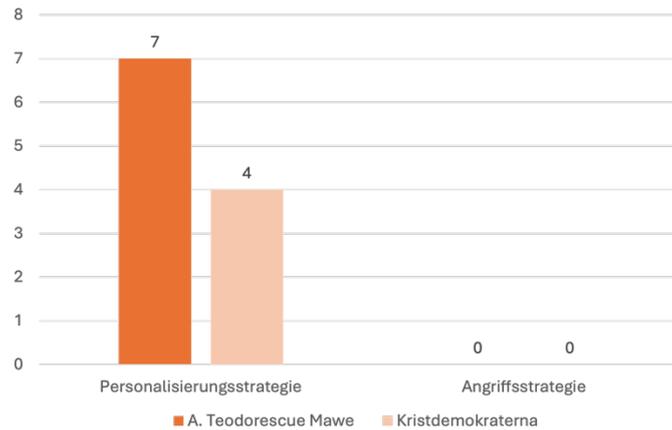


Abbildung 10: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Teodorescu und KD in absoluten Zahlen

Auf der strategischen Ebene ist besonders auffällig, dass weder die KD, noch Teodorescu eine Angriffsstrategie in ihren Beiträgen verfolgen. Die personalisierungsstrategischen Beiträge sind ebenfalls auf einem niedrigen Niveau angesiedelt.

### 5.3.3 Frankreich

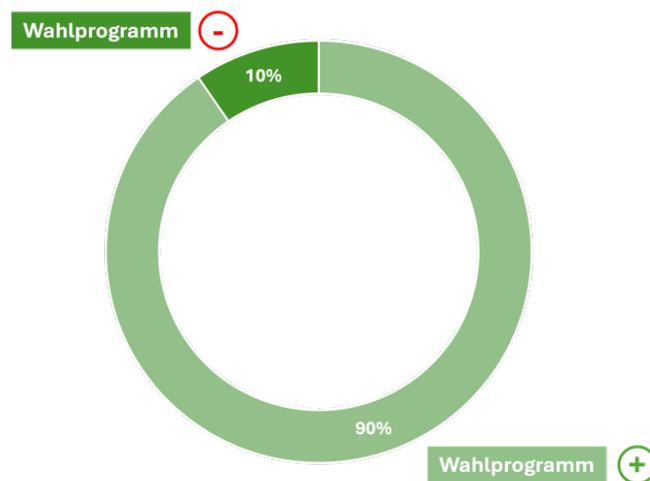


Abbildung 11: Zuordnung Bellamy und Les Rép in relativen Zahlen

Die Les Rép veröffentlichten weniger eigenständig erstellte Beiträge als Bellamy, denn sie reposteten häufig dessen Beiträge oder die von anderen Kandidaten aus der Liste. Aus diesem Grund ergibt sich folgende Anzahl der Beiträge: Bellamy veröffentlichte 210 Beiträge, Les Rép hingegen nur 62 im Untersuchungszeitraum. Von allen Beiträgen sprechen 90% das Wahlprogramm an, bei 10% ist dies nicht der Fall. Diejenigen, die das Wahlprogramm nicht ansprechen, betreffen Themen wie bspw. die zunehmende antisemitische Stimmung an den Universitäten (BL FB57), die Verwaltung der Staatsfinanzen durch die französische Regierung (BL FB56) oder die kommunikative Begleitung einer Tour durch den Wahlkreis von Bellamy (BL FB26).

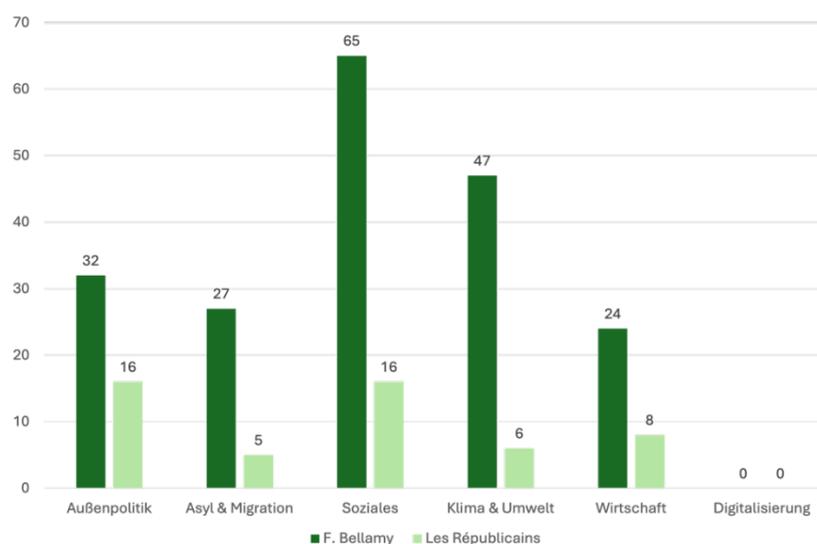


Abbildung 12: Zuordnung nach Wahlprogrammthemen Bellamy und Les Rép in absoluten Zahlen

Ähnlich wie bei Weber und der CDU setzen beide auf eine breite Palette der Wahlkampfthemen. Bellamy fokussiert auf die K *Soziales*. Für die Les Rép ist diese K ebenfalls wichtig, jedoch befindet sich

diese in der Gesamtauswertung gleichauf mit der K *Außenpolitik*. Für Bellamy steht an quantitativem zweitem Rang die K *Klima & Umwelt*, bspw. befürwortet er die Atomenergie (BL FB02) oder kritisiert das Vorhaben der Regierung im Bereich thermische Sanierung von Gebäuden (BL FB16). Sowohl die Les Rép als auch Bellamy haben, ebenso wie die schwedischen Kanäle, keine Beiträge zur K *Digitalisierung* veröffentlicht.

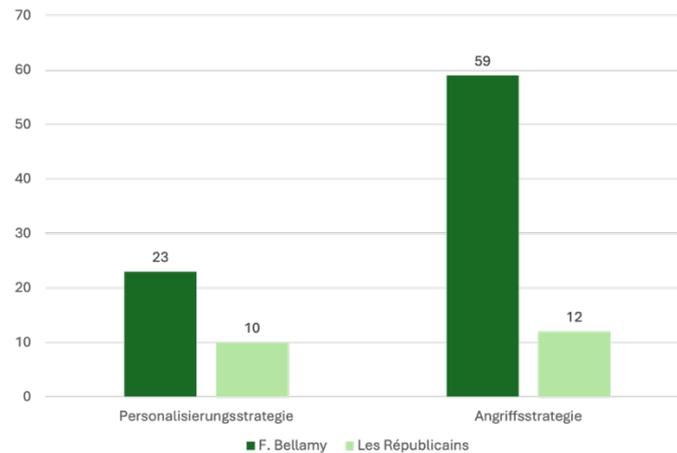


Abbildung 13: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Bellamy und Les Rép in absoluten Zahlen

Die Les Rép und Bellamy verfolgen die stärkste Personalisierungsstrategie der untersuchten Länder. Darüber hinaus ist vor allem bei Bellamy eine starke Angriffsstrategie zu sehen, die häufig mit der Bezeichnung „Macronisten“ einhergeht, um die Politik des Staatspräsidenten Emmanuel Macron zu kritisieren. Bspw. postete er auf Facebook:

„Der Macronismus hat eine europäische Bilanz: Indem sie „zu 90 % mit der Linken“ stimmten, wie Valérie Hayer erneut anpreist, unterstützten ihre gewählten Vertreter die Agenda der Schrumpfung in der Landwirtschaft, der Untergrabung der Kernenergie und der Schwächung der Staaten, die Europa heute schwächt.“ (BL FB07)

### 5.3.4 Spanien

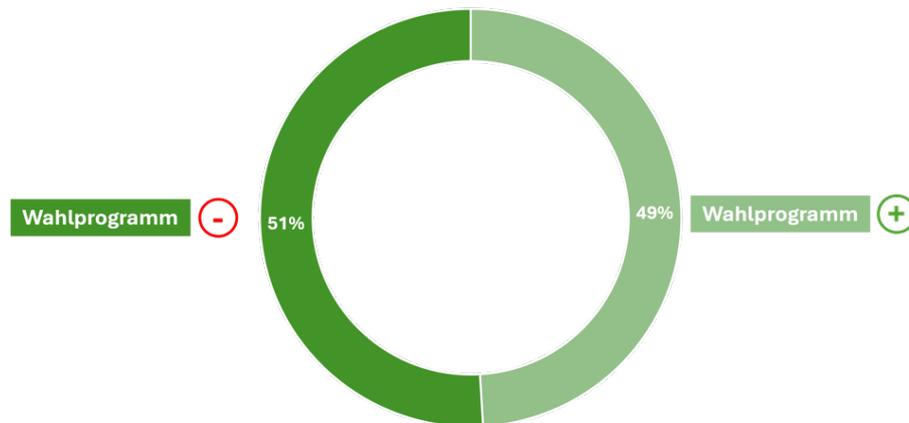


Abbildung 14: Zuordnung Montserrat und PP in relativen Zahlen

Im Untersuchungszeitraum postete die PP von allen untersuchten Parteien und Kandidaten quantitativ die meisten Beiträge (302 Beiträge). Die Kandidatin Montserrat veröffentlichte hingegen nur 36 Beiträge. Über die Hälfte aller Beiträge sprechen das Wahlprogramm nicht an, das ist im Vergleich zu den anderen Ländern und vor dem Hintergrund des Europawahlkampfes eine gravierende Abweichung.

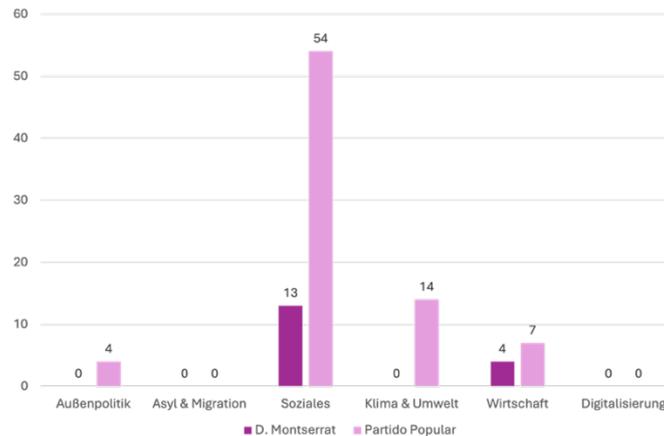


Abbildung 15: Zuordnung nach Wahlkampfthemen Montserrat und PP in absoluten Zahlen

Während des Analysezeitraums sah sich Spanien mit innenpolitischen Themen konfrontiert, wie der Aufdeckung eines Maskenkorruptionsskandals aus der Pandemie, der Verabschiedung des Amnestiegesetzes und Wahlen in Katalonien. Diese Themen überschatteten in der Kommunikation fast vollständig den EU-Wahlkampf, sodass die Themen aus dem Wahlprogramm der EVP weitestgehend in den Hintergrund traten. Einige Themen aus dem Wahlprogramm wurden in den untersuchten SozM angesprochen, jedoch mit untergeordneter Rolle (Abbildung 15). Von der PP und Montserrat nicht angesprochen wurden die K *Asyl & Migration* und *Digitalisierung*. Zudem verzichtete Montserrat auf die Darstellung der Themen *Außenpolitik* und *Klima & Umwelt*.

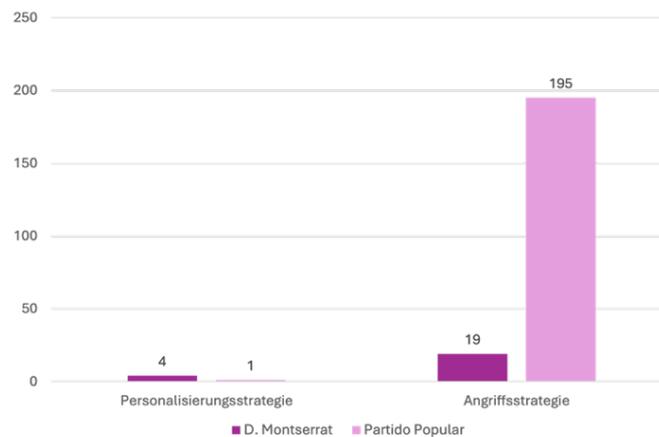


Abbildung 16: Zuordnung nach Wahlkampfstrategien Montserrat und PP in absoluten Zahlen

Vor allem von der PP ist eine starke Angriffsstrategie zu beobachten (Abbildung 16), welche sich zum einen auf das Amnestiegesetz bezieht, welches Proteste in der spanischen Gesellschaft auslöste, woran sich ebenfalls die PP beteiligte. Betitelt wird P. Sanchez als „Marionette“ (PP FB42) von C. Puigdemont, welcher durch dieses Gesetz die Möglichkeit bekommen könnte, aus dem Exil straffrei nach Spanien zurückzukehren. Die PP postet, dass für Sanchez das Amnestiegesetz die einzige Möglichkeit sei an der Macht zu bleiben, aus diesem Grund verzichte er auf Gerechtigkeit, Demokratie und Gleichheit (PP FB32). Zum anderen bezieht sich die Angriffsstrategie auf den „Koldo-Fall“, dem Maskenkorruptionsskandal aus der Pandemie. P. Sanchez wird beschuldigt von dem Skandal gewusst zu haben und aufgefordert von seinem Amt zurückzutreten. Gleichzeitig versucht die PP unter dem Hashtag #LaTrama Aufklärungsarbeit zu leisten (PP FB50).

#### 5.4 Wahlprogrammgetreue Kommunikation oder Abweichung

Die Ergebnisse des zweiten Teils der Fragestellung zeigen auf, welche Abweichungen von dem Wahlprogramm festgestellt werden konnten.

Bei dem Großteil der Beiträge sowohl der Spitzenkandidaten als auch der Parteien wurde auf die Nennung konkreter Aussagen bzw. Maßnahmen verzichtet. Dies deckt sich mit den Befunden aus der Literaturrecherche in Kapitel 2, dass Kandidaten aus taktischen Gründen eher dazu neigen sich vage zu Themen zu äußern (Maurer 2009). Dieser Fakt erschwerte allerdings in der Analyse das Feststellen von gravierenden Abweichungen vom Wahlprogramm. Als Beispiel können unter folgenden Verweisen Beiträge in der SK *Verteidigung* eingesehen werden (WB FB14; CDU IG51; BL FB42; KD X02; PP FB01).

Zudem ist bereits das Wahlprogramm Manifesto 2024 sehr offen gestaltet und eröffnet damit den Anwendern Spielräume, was die Interpretation des Vorliegens einer wahlprogrammgetreuen Kommunikation oder deren Kontrast zusätzlich erschwerte.

In der Analyse erfolgt eine Konzentration auf die Beiträge, die am aussagekräftigsten für die Kategorien/Subkategorien sind.

#### 5.4.1 Kategorie Soziales

Länderübergreifend konnte den sozialen Themen, bzw. der SK *Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt* die meisten Beiträge zugeordnet werden (Anhang 4). So unterstreicht Weber auf Facebook die christlichen Traditionen: „(...) Für mich ist das C in unserem Parteinamen kein historisches Überbleibsel aus früheren Zeiten, sondern grundlegendes Wertefundament für unsere Politik. Das C steht für Freiheit, Solidarität, Subsidiarität und die Verantwortung vor Gott (...).“ (WB FB37) oder in einem weiteren Beitrag: „(...) Umso wichtiger sind die Werte, die uns in ganz Europa vereinen: Frieden, Freiheit, Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, Gleichberechtigung, soziale Marktwirtschaft, Solidarität und Subsidiarität oder die Verantwortung für die Schöpfung. (...) Diesen „European Way of Life“ zu bewahren, ist wesentliche Aufgabe in Europa.“ (WB FB41) Die PP verbindet die meisten Beiträge, so wie in den anderen Kategorien auch, mit den innenpolitischen Geschehnissen und hebt so die Verteidigung der Verfassung und Gleichheit hervor: „Angesichts einer von Skandalen umringten Regierung ist die Alternative, die die PP darstellt, notwendiger denn je: Verteidigung der Verfassung, Freiheit, Gleichheit aller Spanier“ (PP IG40).

Der SK *Sozialstaat* konnten 161 Beiträge zugeordnet werden. Weber geht bspw. während seiner Besuche im Wahlkreis an Schulen auf die Schüler als die Zukunft Europas ein (WB IG06; WB FB10). Bellamy setzte einen starken Fokus auf die Immobilienkrise in Frankreich, so kritisiert er in mehreren Beiträgen die Bedingungen, die den Erwerb von Immobilien für viele Bürger heutzutage unerreichbar machen und nennt es sozialer Notstand für Frankreich. (BL FB16; FB30; FB26). Ebenfalls thematisiert er die Ungleichheit in den Schulen (BL FB65). Montserrat spricht ebenfalls die Situation in den Schulen an und unterstreicht den notwendigen Schutz der spanischen Sprache an katalanischen Schulen (MO X13). Außerdem fiel der Weltfrauentag in den Untersuchungszeitraum, zu welchem ebenfalls einige Beiträge erstellt wurden, Teodorescue fasst dies in einem Facebook-Post zusammen (TR FB03). In zwei Beiträgen thematisiert sie zudem die geschlechtliche Selbstidentifizierung (TR FB16;17).

Der SK *Gesundheit* konnten 40 Beiträge zugeordnet werden. Hier sind sich die Parteien und Kandidaten einig: Die Pflege muss gestärkt werden, so schreibt bspw. Bellamy: „Heute fehlt es in Frankreich in Dutzenden von Krankenhausdiensten an allem, an Zeit, Platz, um sich um die Kranken zu kümmern. Die wahre Dringlichkeit wäre, sie endlich zu unterstützen (...).“ (BL FB11). Die KD ergänzt: „(...) Wir wollen für die EU eine Grenze setzen und die Macht und die Arbeitszeit des Gesundheits- und Pflegepersonals zurücknehmen. Daher sollte die EU-Arbeitsgesetzgebung überarbeitet werden, damit die Mitarbeiter mehr Einfluss auf die Terminplanung haben.“ (KD FB27)

Somit konnte in der K *Soziales*, der quantitativ stärksten Kategorie, eine dem Wahlprogramm entsprechende und Länder-, Parteien- und Kandidatenübergreifende homogene Kommunikation festgestellt werden.

#### 5.4.2 Kategorie Klima & Umwelt

In der vorab als konfliktreich eingeschätzten SK *Energie*, in welcher im Vorfeld große Abweichungen erwartet wurden, wird es im Wahlprogramm den Mitgliedsstaaten überlassen, welchen Energiemix sie auf dem Weg hin zu einer umweltfreundlichen Zukunft wählen möchten. Somit wird von der EVP-Basis ein breites Spektrum von Windkraft bis Atomenergie akzeptiert und ein großer Interpretationsspielraum in der Umsetzung eingeräumt. Das Propagieren bspw. von Atomkraft durch Bellamy ist somit ebenso eine wahlprogrammgetreue Kommunikation, wie der Vorschlag eines Energiemixes aus Atomkraft mit regenerativen Energieträgern, vorgeschlagen von der KD. In der SK *Klimaschutz* wird ebenfalls der Grundsatz der Technologieneutralität angestrebt, was den Mitgliedsstaaten hier nochmals erheblichen Spielraum in der Anwendung überlässt. Bei diesem gewährten Interpretationsspielraum waren – trotz gravierender Unterschiede der Lösungsansätze – Abweichungen von der Parteilinie der EVP in der Analyse nicht feststellbar.

#### 5.4.3 Kategorie Außenpolitik

In der SK *Verteidigung* sind sich die untersuchten Kandidaten und Parteien gemäß dem Wahlprogramm einig: Europa muss die eigene Verteidigung stärken. So postet Weber auf Facebook: „Klare Botschaft der EVP: Europa muss sich selbst verteidigen können. Wir brauchen eine starke europäische Verteidigungsunion und mehr Ausgaben für Europas Sicherheit“ (WB FB15) Auch der Angriffskrieg auf die *Ukraine* wird geschlossen verurteilt, so Teodorescu auf X: „Mit einem solchen Nachbarn tun wir gut daran, uns bewusst zu machen, dass Russland eine echte Bedrohung für Europa und unsere Lebensweise darstellt, und zwar für eine lange Zeit. Einigkeit in der Unterstützung der Ukraine wird unsere gesamte Zukunft bestimmen (...)“ (TR X13).

Auffällig ist, dass sich die Kandidaten und Parteien aus Spanien in sehr geringem Maß und in Deutschland gar nicht zu der SK *Terrorismus und organisierte Kriminalität* äußern.

#### 5.4.4 Kategorie Wirtschaft

In dieser Kategorie gibt es minimale Abweichungen von dem Wahlprogramm der EVP, da sich vereinzelt nicht zu bestimmten Kategorien geäußert wurde. In der SK *Wettbewerbsfähigkeit, Handelspolitik* und *Abbau der Bürokratie* sind sich die vier Länder einig, Weber fasst dies zusammen: „(...) Wir müssen die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft Europas stärken: Binnenmarkt, weniger Bürokratie, mehr Handel (...)“ (WB FB07). In der SK *Schaffung von Arbeitsplätzen* propagiert die CDU wie folgt:

„(...) Niedrigere Steuern und Abgaben sorgen für höhere Löhne, mehr Jobs und stärkeres Wachstum.“ (CDU IG34). Der SK *Abwanderung von Fachkräften stoppen* konnten nur zwei Beiträge der CDU und Montserrat ermittelt werden, während die anderen Kandidaten und Parteien dies nicht thematisieren. Der SK *Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei* wurden im wirtschaftlichen Kontext die meisten Beiträge zugeordnet, Bellamy fasst den Standpunkt wie folgt zusammen: „Unsere Landwirte halten sich bereits an die strengsten Regeln der Welt. Um die Umwelt zu schützen, ist es nicht unsere Aufgabe, die Arbeit derer zu behindern, die bei uns produzieren, sondern die gleiche Anstrengung denjenigen aufzuerlegen, die in unsere Länder exportieren.“ (BL FB58).

#### 5.4.5 Kategorie Asyl & Migration

In den Beiträgen zu *Asyl & Migration* konnten die erheblichsten Abweichungen von dem Wahlprogramm identifiziert werden.

Aus der vorherigen Analyse in Kapitel 5.2 war zu erkennen, dass *Asyl & Migration* über alle untersuchten Länder hinweg quantitativ kein großes Gewicht beigemessen wurde. Trotzdem finden sich hier die meisten Abweichungen.

In der SK *Asyl* wird im Wahlprogramm eine fundamentale Änderung des europäischen Asylrechtes angestrebt, dies umfasst die Umsetzung des Konzeptes des sicheren Drittstaates sowie die Aufnahme schutzbedürftiger Personen in die EU im Rahmen jährlicher humanitärer Kontingente. Zudem bedarf es eines Paktes mit afrikanischen Ländern, der durch einen europäischen Investitionsplan unterstützt wird.

Weber postete die meisten Beiträge in dieser Kategorie, er konzentrierte sich ausschließlich auf die im Untersuchungszeitraum geschlossene strategische Partnerschaft zwischen der EU und Ägypten und bezieht sich somit auf die im Wahlprogramm festgehaltene Notwendigkeit eines Abkommens mit afrikanischen Ländern. Dazu postet Weber (WB X24): „Illegale Migration ist eine der größten Herausforderungen für die EU. Das Abkommen mit Ägypten über eine verstärkte Zusammenarbeit ist entscheidend für bessere Beziehungen zu den nordafrikanischen Partnern.“ und in einem weiteren Beitrag (WB X37): „Es können nicht alle Ankommenden den Anspruch auf Schutz in der EU haben, sondern müssen auch in Drittstaaten Schutz bekommen. Wir begrüßen deshalb die EU-Initiative, etwa in Nordafrika“. Kein weiterer Spitzenkandidat und keine weitere Partei äußern sich zu dem Abkommen mit Ägypten. Die CDU geht in der SK *Asyl* zudem auf das Leitmotiv der Asyl- und Migrationspolitik der EVP im Wahlprogramm ein: Humanität und Ordnung. (CDU FB04). Den Beiträgen der CDU und Weber ist somit eine wahlprogrammgetreue Kommunikation zu attestieren.

Im Beitrag der Les Rép zur Asylpolitik lässt sich ein kritischerer Ton als bei Weber und der CDU erkennen. Dieser umfasst den Vorwurf, dass Franzosen in der Gesundheitsversorgung benachteiligt werden, während Ausländer, die sich illegal und legal im Land aufhalten eine bessere Gesundheitsleistung

erhalten, was inakzeptabel sei (LR X06). Dieser Punkt ist nicht im Wahlprogramm der EVP vorzufinden und ist somit als Abweichung von dem Manifesto 2024 zu kennzeichnen.

Unter der SK *Arbeitsmigration* versteht die EVP in ihrem Wahlprogramm die legale Migration und Integration in den Arbeitsmarkt. Zudem wird festgelegt, dass der Umgang mit legaler Migration Aufgabe der Mitgliedsstaaten ist. Gefordert wird zudem eine vollständige Schengen-Zulassung für Bulgarien und Rumänien, eingeschlossen der Aufhebung von Luft-, See- und Landgrenzkontrollen.

Die KD zitieren in dieser Subkategorie in einem Beitrag auf Facebook ihre Spitzenkandidatin Teodorescue, welche fordert, dass die EU ein langfristig nachhaltiges Integrationssystem verfolgen muss, welches die Fähigkeiten der Mitgliedsstaaten berücksichtigt (KD FB20). An dieser Stelle greift sie das Thema aus dem Wahlprogramm auf, dass es Sache der Mitgliedstaaten sei, legale Migranten in die Gesellschaft zu integrieren, fordert jedoch darüber hinaus mehr Initiative der EU.

In den Beiträgen der SK *Arbeitsmigration* ist nun besonders auffällig, dass dem Thema *Finden von gemeinsamen Werten* besondere Bedeutung beigemessen wird. Dieser Ansatz wird in dem Wahlprogramm der EVP nicht artikuliert. So schreibt die schwedische Spitzenkandidatin Teodorescue auf Facebook, dass es wichtig sei eine Trennlinie zwischen denen zu ziehen, die Teil der Gesellschaft sein wollen bzw. deren Werte schützen und denjenigen, die sich ihr widersetzen. Mit denjenigen, die sich der Gesellschaft widersetzen, wird ebenfalls das Thema erhöhte Kriminalität und somit eine Gefährdung für Schweden in Verbindung gebracht (TR FB13). In dieselbe Richtung gehen die Beiträge der CDU, bspw. auf Facebook: „Deutschland ist ein Einwanderungsland. Deutschland ist Chancenland. Ohne den persönlichen Einsatz und die Arbeit von Einwanderinnen und Einwanderern wäre Deutschland nicht so lebenswert, wie es heute ist. Doch Einwanderung ist auch eine große Herausforderung für unsere Gesellschaft und für unser gutes Miteinander.“ (CDU FB24) und „Integration kann nur funktionieren, wenn unsere Gesellschaft klar formuliert, was die Erwartungen an diejenigen sind, die zu uns kommen“ (CDU FB30). Auf dem Migrationskongress „Chancenland Deutschland. Integration gemeinsam gestalten, Zusammenhalt stärken.“ der CDU, welcher im Untersuchungszeitraum am 18. März 2024 stattfand, wurde zudem eine gemeinsame *Leitkultur* angesprochen. Es gelte demnach zu identifizieren, was Kulturen verbindet aber auch aufzuzeigen, was in Deutschland als wichtige Werte erachtet werden, sowie die Anerkennung dieser als Teil der Integration zu fördern. In Deutschland ist damit die Achtung der Menschenwürde, Grundrechte, des Rechtsstaats, Respekt und Toleranz, Kenntnis der deutschen Geschichte sowie das Existenzrecht Israels gemeint. Nur wer dies anerkennt, kann integriert und deutscher Staatsbürger werden (CDU 2024).

Unter der SK *Illegale Migration* ist die Kontrolle illegaler Migration unter Wahrung der Humanität und Gerechtigkeit, Weiterentwicklung von Frontex, Finanzierung einer elektronischen und physischen Infrastruktur zum Grenzschutz, enge Zusammenarbeit mit Drittstaaten gemeint.

Bellamy bezeichnet die Migrationsthemen als die wichtigsten, aber gleichzeitig auch spaltenden Themen (BL FB01). Die untersuchten EVP-Parteien sind sich darin einig, die illegale Migration eindämmen zu müssen und die Außengrenzen zu stärken (CDU FB 20; KD FB20; TR FB09). Bellamy erstellte zu dieser Subkategorie 18 und mithin die meisten Beiträge, greift die vereinbarten Maßnahmen des Wahlprogramms auf, z.B. Asylverfahren außerhalb der EU- Grenzen, Richtlinien zur Rückführung illegaler Einwanderer und Stärkung von Frontex (BL FB39). Zudem ist eine starke Angriffsstrategie von Bellamy gegen die französische Partei Renaissance, welche er als *Macronisten* bezeichnet, zu sehen. Er macht diesen den Vorwurf, dass deren Politik der letzten Jahre Europa eher geschwächt als gestärkt habe (BL FB19). Diese sei von den extremen Linken und Grünen mitgetragen. Die *Macronisten* seien auch diejenigen gewesen, die gegen eine Stärkung der europäischen Grenzen stimmten (BL FB10). Außerdem bringt er die illegale Migration mit dem Anstieg des Drogenhandels und des islamistischen Terrors in Verbindung, welcher durch E. Macrons schwache Migrationspolitik zugelassen würde (BL FB39). In der SK *Illegale Migration* ist von Bellamy die gravierendste Abweichung zu entdecken gewesen: Das Propagieren einer europäischen Grenzschutzmauer. Dieses Vorhaben bringt er in Verbindung mit der Rettung der Würde, Menschlichkeit, Sicherheit der Mitgliedsstaaten und der Möglichkeit die kulturelle Einheit zu bewahren. Dies stellt eine klare Abweichung dar, da sich die EVP in ihrem Wahlprogramm deutlich zu diesem Thema positionierte:

“Als EVP sind wir entschlossen, die Kontrolle der Migration zu gewährleisten, und wir tun dies im Einklang mit dem Völkerrecht und unter Wahrung der Grundrechte. Die Leitprinzipien unserer Migrationspolitik sind Menschlichkeit und Ordnung. (...)” (EPP Manifesto 2024)

#### 5.4.6 Kategorie Digitalisierung

In dieser Kategorie wurden ebenfalls Abweichungen festgestellt. Auffällig war, dass die Digitalisierung in den Beiträgen insgesamt ein Schattendasein führt und von den Kandidaten und Parteien in Spanien, Frankreich und Schweden nicht einmal erwähnt wurde. Lediglich die CDU und Weber thematisieren dieses Thema in 12 Beiträgen, jedoch im Verhältnis zu den anderen Kategorien auf dem abgeschlagenen letzten Rang. Die CDU erwähnt diese bspw. nur am Rand in einem Facebook-Post:

„Wir wollen mehr Europa dort, wo Europa Mehrwert schafft. Dazu gehören vor allem die großen Fragen des Binnenmarktes, die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit, eine stabile Währungsunion, Forschung und Innovation, Klimaschutz, Energie, eine ambitionierte Außenhandelspolitik, Migration, Digitalisierung, Freiheit und Sicherheit sowie Verteidigung.“ (CDU FB20)

### 5.4.7 Die innenpolitische Situation in Spanien

Die Beiträge in den SozM der PP und Montserrat beziehen sich überwiegend auf die innenpolitischen Skandale (Kapitel 5.3.4). Diese überschatten den EU-Wahlkampf fast vollends, einige der beschlossenen Wahlkampf- Themen des Manifesto 2024 werden im Analysezeitraum gar nicht angesprochen. Einerseits beschäftigten die innenpolitischen Themen Spaniens Bevölkerung und die Parteien sehr und bedürfen somit deren Kommentierung, andererseits verpassen Montserrat und die PP im Untersuchungszeitraum die Möglichkeit die EU- Wahlkampfthemen in den SozM zu artikulieren und so Wähler für sich zu gewinnen und für Europa zu mobilisieren. Damit wird an dieser Stelle die Chance, den potenziellen Wählern die EU- Politik und die Inhalte des EVP- Wahlprogramms transparent zu machen, vertan.

## 5.5 Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse

Zuerst erfolgt die Diskussion der Ergebnisse des ersten Teils der Fragestellung, welche Themen aus dem Wahlprogramm angesprochen wurden.

Die erste formulierte Erwartung, dass mithilfe der Methode nach P. Mayring eine fundierte prozentuale Verteilung der Wahlkampfthemen und Strategien ersichtlich sein wird, wurde erfüllt. Eine hohe Anzahl der Beiträge der Parteien und Spitzenkandidaten aus Schweden, Deutschland und Frankreich sprechen das Wahlprogramm an (83% bis 96%). Erhebliche Ausreißer sind der PP und Montserrat zu bescheinigen, denn ihre Beiträge befassen sich inhaltlich lediglich zu 51% mit dem Wahlprogramm der EVP. Die innenpolitische Situation Spaniens verdrängt die Themen des Europawahlkampfes, fraglich ist dennoch, ob eine solche Überlagerung zu den Lasten der EU- Themen angemessen ist.

Erkennbar wurde, dass soziale und außenpolitische Themen den Kommunikatoren am wichtigsten sind. In der K *Soziales* wurde in den Beiträgen am stärksten auf die SK *Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt* gesetzt und somit auf die Werte, die Europäer und Demokratien miteinander verbinden (Kapitel 5.4.1).

In der K *Außenpolitik* fokussierten sich die Länder auf verteidigungspolitische Themen. Unterstrichen wurde hier nicht nur eine notwendige Zunahme der eigenen Verteidigungsfähigkeit, sondern auch eine Verteidigung gegen rechte und extremistische Tendenzen (Kapitel 5.4.3).

Digitalisierungspolitische Themen haben insgesamt die niedrigste Relevanz für die Parteien und Spitzenkandidaten (Kapitel 5.4.6).

Diese Gewichtungen wurden aus mehreren Gründen vorgenommen: Stärker als je zuvor bei einer Europawahl steht die Befürchtung eines Rechtsrucks im Europäischen Parlament im Raum. Der starke Fokus in den Beiträgen auf Werte, die Europäer und Demokratien miteinander verbindet, lässt sich so erklären.

Für dieses Argument spricht ebenfalls, dass man sich insgesamt bei dieser Europawahl – vor dem Hintergrund einer befürchteten Macht-Verlagerung ins rechte Spektrum – stark auf die Mobilisierung der Wähler fokussiert, die reine Stimmenmaximierung für die eigene Partei (Unterstützerkampagne) ist dieses Jahr nicht singular maßgebend. Als Beispiel dienen kann dazu das Wahlkampagnenvideo der Europäischen Kommission mit dem Titel „Use your vote or others will decide for you“ (European Parliament 2024). Der zweite Schwerpunkt auf den außenpolitischen Themen, basiert auf den aktuellen Krisen, den Kriegen in der Ukraine und Israel. Die nach Innen gerichtete Verteidigung gegen rechte und extremistische Tendenzen lässt sich ebenfalls mit der Angst vor einem Rechtsruck begründen.

Die zweite formulierte Erwartung, dass es ein starkes Gefälle in der Wichtigkeit der Kategorien gibt, bestätigte sich ebenfalls. Eine unterschiedliche Gewichtung der Wahlkampfthemen je nach untersuchtem Land, Partei und Kandidat konnte festgestellt werden (Kapitel 5.2). Dieser Befund hängt mit kulturellen und innenpolitischen Unterschieden der Länder zusammen. Daraus resultiert eine differenzierte Themensetzung, mit welcher man sich je nach Land mit unterschiedlichen Ansätzen und Schwerpunkten erhofft, Wähler für sich gewinnen zu können. So sprachen einerseits CDU, Weber, Les Rép und Bellamy möglichst viele Themen aus dem Wahlprogramm an. KD und Teodorescu hingegen legten eindeutige Schwerpunkte auf die Themen *Soziales, Außenpolitik, Asyl & Migration*. PP und Montserrat waren zwar mit innenpolitischen Angelegenheiten beschäftigt, zu erkennen war trotzdem eine Schwerpunktsetzung auf *Soziales, Klima & Umwelt* und *Wirtschaft*. Positiv formuliert trug dieser erwarteten und auch festgestellten Diversifizierung in der Umsetzung der Länder das breite Spektrum der Möglichkeiten des Manifesto 2024 Rechnung, sodass bis auf wenige gravierende Abweichungen eine Treue der Landesparteien und Kandidaten zur Parteilinie der EVP feststellbar ist.

Zudem konnte eine differenzierte Verwendung der Angriff- und Personalisierungsstrategien in den untersuchten Ländern beobachtet werden. Die stärkste Personalisierungsstrategie wurde bei Bellamy und den Les Rép erkenntlich, die schwächste Ausprägung bei KD und Teodorescu. Der Ansatz der Personalisierung lässt sich auf die heutige Weiterentwicklung des Michigan Modells zurückführen (Schultze 2016). Formuliert wurde dieses bereits in den 1950er Jahren und stellt in der empirischen Wahlforschung den dominanten Ansatz zur Erklärung und Prognose des Wahlverhaltens dar. Die Wahlentscheidung eines Wählers ist demnach durch drei Faktoren beeinflusst: Die Parteibindung, die Sicht auf politische Sachthemen und die Beurteilung der zur Wahl stehenden Personen. Zum Zeitpunkt der Entwicklung des Modells war die Parteibindung der stärkste Faktor, um eine Wahlentscheidung zu erklären. Heute ist diese nicht mehr so stark wie früher, die anderen beiden Faktoren Sachthemen- und Kandidatenorientierung sind bedeutender geworden. Da es mit einem höheren Aufwand für den Wähler und die Kommunikatoren verbunden ist, sich allumfassend mit detaillierten Inhalten der Wahlprogramme auseinander zu setzen, um eine fundierte Sachthemenmeinung zu etablieren, wird die Wahlentscheidung heutzutage stark über die Kandidatenorientierung entschieden. Daraus kann auf Parteiseite eine zuneh-

mende Personalisierungsstrategie erkannt werden. Dieser Ansatz ist vor allem dann sinnvoll und erfolgreich, wenn der Kandidat im Land bereits bekannt ist. Bei Bellamy ist dies der Fall, eine starke Personalisierungsstrategie bestimmt den französischen Wahlkampf mit. Teodorescu hingegen kandidiert erstmals für ein politisches Amt und erfreut sich daher bisher einer geringen Bekanntheit auf der politischen Bühne Schwedens. Dies könnte ein Grund sein, warum die Schweden nicht auf eine Personalisierungsstrategie setzen.

Die stärkste Angriffsstrategie konnte bei der PP identifiziert werden. Diese resultiert aus den innenpolitischen Konflikten mit der Regierungspartei PSOE und dem Ministerpräsidenten P. Sanchez. Danach rangiert Bellamy und die Les Républicains, die vor allem gegen die Regierung des Staatspräsidenten E. Macron kommunizieren. Bellamy versucht hier eine Alternative zur Regierung anzubieten, indem er deren Politik mit einem negativen Frame überzieht und die Maßnahmen der Les Républicains hingegen positiv darstellt. Zudem lässt sich die Hypothese aufstellen, dass die starke Angriffsstrategie mit dem semi-präsidentiellen System in Frankreich zu tun haben könnte, welches dem Präsidenten viel Macht zukommen lässt und somit auch eine größere Angriffsfläche für diese Art von Strategie bietet. Diese Hypothese bedürfte weiterer Forschung. Weber und die CDU verfolgen hingegen kaum die Angriffsstrategie, wohl da dies generell als von deutschen Wählern nicht erwünschtes Mittel der Wahlkampf-führung angesehen wird (Holtz-Bacha 2001). Dieses Argument könnte meinen Ergebnissen zufolge auf Schweden übertragen werden, da Teodorescu und die KD gar keine Angriffsstrategie im Untersuchungszeitraum verfolgen. Auch dies bedarf weiterer Nachforschung.

Die Diskussion der Ergebnisse des zweiten Teils der Fragestellung, nämlich welche Abweichungen von dem Wahlprogramm festgestellt werden konnten, wird nachfolgend geführt.

Während der Analyse wurde ersichtlich, dass es Unterschiede in der Gewichtung der Wahlkampfthemen gibt und es durchaus vorkommt, dass sich die untersuchten Länder zu verschiedenen Subkategorien nicht äußern. Bspw. äußern sich Schweden und Deutschland zu der SK *Terrorismus und organisierte Kriminalität* nicht. Dies lässt sich als klare Abweichung von dem Wahlprogramm interpretieren.

Zu Beginn der Analyse waren Abweichungen in den Politikfeldern zu erwarten, in welchen die größten Uneinigkeiten zwischen den Parteien bestehen: *Energie* und *Asyl & Migration*. Da das Wahlprogramm in der K *Energie & Umwelt* technologieoffen formuliert wurde, konnten hier zwar Unterschiede zwischen den untersuchten Ländern, jedoch keine Abweichungen von dem Manifesto 2024 festgestellt werden. Die gravierendste Diskrepanz konnte gemäß der Erwartung in der K *Asyl & Migration* festgestellt werden, obwohl dem Thema quantitativ von den Ländern wenig Gewicht beigemessen wurde. Weitere Abweichungen konnten zudem in der überwiegend ignorierten K *Digitalisierung* und der Fokussierung auf die innenpolitische Situation Spaniens, welche den Europa- Wahlkampf überlagerte, identifiziert werden.

In der *K Asyl & Migration* konnte die gravierendste Abweichung im Propagieren einer europäischen Grenzschutzmauer durch Bellamy dokumentiert werden. Diese widerspricht erstens dem Wahlprogramm der EVP und zweitens den Werten der Fraktion. Diese Abweichung geschieht aus einem bestimmten wahlkampfstrategischen Grund, welcher erneut in der Angst vor einem Rechtsruck begründet liegt: Er versucht damit offensichtlich Stimmen des rechten Randes, sprich der Stammwähler der *Rassemblement National*, für sich zu gewinnen und diesen ein alternatives Angebot zu unterbreiten. N. Ondarza von der Stiftung Wissenschaft und Politik nennt im Podcast „Auf den Punkt“ der *Süddeutschen Zeitung* drei Strategien im Umgang mit rechten Parteien: Isolation, Imitation und Integration mit dem Ziel diese zu spalten (Auf den Punkt 2024). Bellamy bedient sich an dieser Stelle der Strategie der Imitation, der Übernahme rechter Politikinhalt. In die gleiche Richtung geht seine Äußerung in der *SK Asyl*, dass Franzosen in der Gesundheitsversorgung benachteiligt werden, während Ausländer, die sich illegal und legal im Land aufhalten, eine bessere Gesundheitsleistung erhalten, einem typischen rechten Narrativ. Zudem könnte die starke Angriffsstrategie Bellamys gegen E. Macron ebenfalls aus dem Grund geschehen, eine Alternative zur *Rassemblement National* anbieten zu wollen. Es stellt sich generell die Frage, ob das Wiederholen bzw. Besetzen dieser rechtslastigen Aussagen im Wahlkampf erfolgsversprechend ist oder dadurch das rechte Gedankengut anerkannt sowie diesem Raum gegeben wird und so das eigene politische Profil getreu der Linie der EVP verwischt. Dies geht mit der Gefahr einher, dass die nationalistischen Parteien durch solche Aussagen eher gestärkt statt geschwächt werden.

Eine weitere Abweichung war im Bereich Digitalisierung zu beobachten: Diese wurde lediglich in einem der vier untersuchten Länder, von Weber und der CDU thematisiert, ebenfalls mit untergeordneter Bedeutung. Im Wahlprogramm der EVP ist diese Kategorie ebenfalls nur zweitrangig, was in der Tatsache begründet liegt, dass dieser nur eine Subkategorie zugeordnet werden konnte. Dennoch stellt sie, da sie Anwendung im Wahlprogramm findet, ein für die EVP wichtiges Thema dar. Zumal durch ein Propagieren der Digitalisierung einem Allgemeinen Vorwurf gegenüber der EU, nämlich der zunehmenden Verschärfung einer Bürokratiebelastung der Bürger und Unternehmen, ein Lösungsansatz entgegengestellt werden könnte, was weitere Wähler für die EVP mobilisieren könnte. Eine klare Abweichung liegt vor, da drei von vier Länder dieses Thema in den SozM gänzlich verschweigen.

Die gesamten Abweichungen und ebenfalls die unterschiedlichen Gewichtungen der Wahlkampfthemen aus dem ersten Teil der Fragestellung lassen sich auf zwei mögliche Gründe zurückführen: Zum einen könnte es mit einer mangelnden Identifikation der nationalen Partei mit dem Wahlprogramm der EVP zusammenhängen. Zum anderen sehen die Parteien heutzutage Kampagnen nicht als Mittel, um Überzeugungen kundzutun, sondern nehmen Wahlkampf als Marketingaufgabe wahr, um ein möglichst gutes Wahlergebnis zu erzielen (Schoen 2005). Entsteht der Eindruck, dass sie dieses Ziel mittels bestimmter Themen nicht erreichen, setzen sie auf andere Themen und verändern damit aus subjektiven Gründen die Wahlkampfstrategie, was zu einer Verwässerung der Kommunikation der Werte der EVP im Europa-Wahlkampf führt. Ob und inwieweit, eine Veränderung des Europawahlkampfprogramms auf

Landesebene akzeptabel sein könnte, wäre weiterer Untersuchungen wert. Dies betrifft insbesondere die nachfolgende Abweichung:

Der starke Fokus der Spanier auf die Innenpolitik und die dadurch bedingte Vernachlässigung der Wahlkampfthemen war ein fortwährender Verstoß gegen die Parteivorgaben der EVP. Einerseits ist die Aufmerksamkeit der Bevölkerung verstärkt auf die innenpolitischen Themen gerichtet und ein Fokus Montserrats und der PP auf diese Themen in den SozM verständlich. Andererseits vergeudeten sie mindestens das erste Drittel der EU-Wahlkampfzeit mit dem Fokus auf innenpolitische Themen, anstatt Themen aus dem Wahlprogramm der EVP in den SozM zu kommunizieren, um so Wähler für sich zu gewinnen. Im ersten Drittel des Wahlkampfes wurden damit EU-Themen vernachlässigt oder gar nicht angesprochen. Die starke Beschäftigung mit innenpolitischen Angelegenheiten führte ebenfalls dazu, dass die PP zum Zeitpunkt der Verabschiedung des Wahlprogrammes auf der Konferenz in Bukarest im Gegensatz zu den anderen Ländern noch keine Wahlliste zur Europawahl eingereicht hatte, was für eine mangelnde Vorbereitung auf diesen und eine an dieser Stelle fehlende Professionalisierung spricht.

Der Befund zeigt, dass den spanischen Kommunikatoren innenpolitische Themen wichtiger sind als der EU-Wahlkampf. Die Spanier verfolgen somit in Bezug auf die EU- Wahlkampfthemen weder eine Unterstützerkampagne, um Stimmen zu maximieren, noch eine Mobilisierungskampagne, um Wähler zu mobilisieren. Beides kann vor dem Hintergrund eines befürchteten Rechtsrucks fatal sein.

## 6 Einordnung der Ergebnisse und Schlusswort

In der vorliegenden Bachelorarbeit wurde mithilfe der *qualitativen Inhaltsanalyse nach P. Mayring* die Fragestellung untersucht, welche Themen des Wahlprogramms der EVP in den SozM der EVP-Spitzenkandidaten sowie den jeweiligen Parteien in den Ländern Spanien, Deutschland und Frankreich und Schweden angesprochen werden und inwieweit diese vom Wahlprogramm abweichen.

### Vorgehen und Interpretation der Ergebnisse

Mithilfe eines Kodierleitfadens, deduktiv abgeleitet aus dem Wahlprogramm der EVP zur Europawahl 2024, wurden die Beiträge der untersuchten Kanäle gemäß der *Strukturierung* in Kategorien eingeordnet. Betrachtet wurden zum einen die Kanäle der jeweiligen Partei im Land und zum anderen die Kanäle deren Spitzenkandidaten in den drei SozM Facebook, X und Instagram. Der Untersuchungszeitraum startete am 07.03.2024 und endete am 07.04.2024.

Die folgenden Befunde wurden unter den Bedingungen einer Ländereingrenzung auf Deutschland, Schweden, Spanien und Frankreich und der zeitlichen Eingrenzung auf die Vorwahlkampfphase der Europawahl 2024 auf den Plattformen X, Instagram und Facebook erarbeitet. Dank der differenzierten Betrachtung der Länder und der Plattformen liegt es jedoch nahe, dass diese in anderen EU-Ländern, in

einem anderen Zeitraum und auf anderen SozM ebenfalls auftreten können. Dies spricht für die Generalisierbarkeit der in dieser Bachelorarbeit herausgestellten Ergebnisse.

Bezüglich des ersten Teils der Fragestellung, welche Themen des Wahlprogramms der EVP in den SozM im Analysezeitraum angesprochen wurden, war abzuleiten, dass länderübergreifend der Schwerpunkt in der K *Soziales*, vor allem in der SK *Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt* gesetzt wurde. In den entsprechenden Beiträgen ist zu sehen, dass der Fokus auf Werte, die Europäer und Demokratien miteinander verbindet, gesetzt wird. Begründet ist diese Themensetzung durch die Angst vor einem Rechtsruck im Europäischen Parlament, welches jedes Land der Europäischen Union betrifft, es somit nahe liegt, dass diese Themensetzung in weiteren EU-Ländern in dieser Ausprägung ebenfalls vorliegen wird. Mittels einer Analyse der übrigen Mitgliedsländer könnte dies herausgefunden werden. Ein weiterer Schwerpunkt der Beiträge liegt auf den Ukraine- und Gaza-Kriegen, welche ebenfalls die EU beschäftigt und die Vermutung nahelegt, dass sich dies ebenfalls in den Beiträgen weiterer Länder widerspiegeln wird. Die Gewichtung der anderen Wahlkampfthemen ist je nach untersuchtem Land, Partei und Kandidat unterschiedlich. Dieser Befund hängt neben den unterschiedlichen inhaltlichen Ausprägungen in den Mitgliedsparteien der EVP mit den kulturellen und innenpolitischen Unterschieden der Länder zusammen. Daraus resultiert eine differenzierte Themensetzung, mit welcher man sich erhofft, Wähler für sich gewinnen zu können.

Zum zweiten Teil der Fragestellung, inwieweit vom Wahlprogramm der EVP in den SozM im Analysezeitraum abgewichen wurde, wurde abgeleitet, dass in den K *Klima & Umwelt* und *Soziales* getreu dem Wahlprogramm kommuniziert wurde. Abweichungen in geringem Ausmaß geschahen in den K *Wirtschaft* und *Außenpolitik*, da sich verschiedene Länder zu manchen diesen zugehörigen Subkategorien nicht äußerten. Gravierende Abweichungen konnten in der K *Asyl & Migration* und *Digitalisierung* identifiziert werden.

In den Beiträgen wurde überwiegend vage formuliert und damit auf die Nennung konkreter Maßnahmen verzichtet, was sich mit der Aussage in der Literatur deckt, dass Kandidaten im Wahlkampf eher dazu tendieren sich zurückhaltend zu Details zu äußern, um konkrete Festlegungen zu vermeiden. Auch diese Befunde könnten sich auf andere EU-Länder übertragen lassen, da dies dem Ansatz folgt, den Wählerschichten ein möglichst breites Spektrum anbieten zu wollen.

Kurz wird auf die jeweiligen Besonderheiten der Länder eingegangen:

Weber und die CDU kommunizierten getreu der Linie des Wahlprogramms und setzten eine nahezu identische Gewichtung der einzelnen Wahlkampfthemen. Zum einen spricht dieser Befund für eine starke *Zentralisierung* (Kapitel 2) der Wahlkampagnenplanung sowie für eine starke Zusammenarbeit der jeweiligen Wahlkampfteams und somit für ein hohes Maß an *Professionalisierung* (Kapitel 2). Die wahlprogrammgetreue Kommunikation kann auch damit zusammenhängen, dass Weber als Vorsitzender der EVP eine besondere Verpflichtung als Vorbild für seine Parteikollegen empfinden könnte.

In Frankreich verfolgt die Les Rép mit Bellamy die stärkste Personalisierungsstrategie der untersuchten Länder. Der Befund lässt sich durch den hohen Bekanntheitsgrad Bellamys und dem Argument aus der Literatur, dass sich Personen besser vermitteln lassen als komplexe Sachthemen (Kapitel 2), begründen. Zudem erlaubt sich Bellamy die stärkste formulierte Abweichung vom Wahlprogramm im Untersuchungszeitraum: Das Propagieren des Baus einer europäischen Grenzschutzmauer. Dies geschah offensichtlich aus dem wahltaktischen Grund, potenzielle Wähler des rechten Randes der Rassemblement National für sich mobilisieren zu wollen. Die starke Angriffsstrategie Bellamys gegenüber dem französischen Präsidenten E. Macron geschieht vermutlich ebenfalls aus dem Grund eine Alternative zur Rassemblement National anbieten zu wollen.

Sowohl CDU und Weber als auch Les Rép und Bellamy sprechen eine breite Palette an Wahlkampfthemen an. Begründen lässt sich dies mit dem Konstrukt der *Entideologisierung*, wonach eine starke ideologische Profilierung nur wenige Wähler anspricht und sich die Parteien stattdessen darauf konzentrieren auf vielen Politikfeldern Sach- und Lösungskompetenzen anzubieten (Kapitel 2). Zudem ist die höchste Interaktion zwischen Partei und Kandidat bei Deutschland und Frankreich zu sehen. Bei CDU und Weber geschieht dies durch die homogene Themensetzung, bei Les Rép und Bellamy durch die starke Personalisierungskampagne und der Reposts der Inhalte von Bellamy durch Les Rép. Diese Befunde sprechen auch für eine starke *Professionalisierung* dieser Parteien und Kandidaten.

Schweden vermeidet Personalisierungsansätze seiner Spitzenkandidatin. Diese Taktik ist nachvollziehbar, da Teodorescu erstmals für ein politisches Mandat kandidiert und weniger bekannt ist als bspw. Bellamy. Stattdessen könnte man gemäß der *Entideologisierung* auf eine breite Kommunikation der Wahlkampfthemen setzen. Jedoch werden bestimmte Themen fokussiert und einige ignoriert, was für eine Strategie der Wählermobilisierung durch Fokussierung auf ausgewählte Themen spricht.

Montserrat und die PP weichen quantitativ am stärksten vom Wahlprogramm ab, indem sie überwiegend auf die innenpolitischen Angelegenheiten konzentrierte Beiträge erstellen. Die hohe Anzahl ihrer Beiträge zeigt jedoch, dass die SozM durchaus als Kommunikationsinstrument angesehen werden. Dennoch verpassen sie die Chance, die Themen aus dem Wahlprogramm zu kommunizieren. Denn jeder Post ohne Bezug zum Wahlprogramm muss aus Sicht der wahlkämpfenden EVP als vertane Möglichkeit angesehen werden, ihre Werte dem potenziellen Wähler näherzubringen. Da das Wahlprogramm der EVP auf dem Parteikongress mit Mehrheit beschlossen wurde und damit die allgemeine Parteilinie vorgibt, muss das stetige Ignorieren derselben der PP und ihrer Spitzenkandidatin als ein harter Verstoß angekreidet werden.

### Kritische Überprüfung des Forschungsmodells

Im ersten Schritt stellte das Wahlprogramm der EVP eine transparente und überprüfbare Grundlage zur sauberen deduktiven Ableitung der sechs genannten Kategorien dar. Im zweiten Schritt konnte auf dieser Grundlage das Untersuchungsmaterial eingeordnet werden, sodass eine fundierte prozentuale Verteilung zu sehen war. Somit stellte sich die *qualitative Inhaltsanalyse nach P. Mayring* als geeignete Methode heraus, um den ersten Teil der Fragestellung, welche Themen des Wahlprogramms der EVP in den SozM angesprochen werden, zu beantworten. Die in den 1980er Jahren entwickelte Methode ist aktuell nach wie vor nützlich, um aktuelle Fragestellungen, auch im Bereich der SozM, die zum Zeitpunkt der Entwicklung dieses Modells noch nicht existierten, zu beantworten. Der abgeleitete Kodierleitfaden lässt sich zudem beliebig auf weitere Zeiträume, Mitgliedsländer sowie Wahlkampfscenarien anwenden, was für die hohe Anpassungsfähigkeit der Methode spricht.

Den zweiten Teil der Frage, inwieweit vom Wahlprogramm der EVP in den SozM abgewichen wurde, konnte die prozentuale Verteilung, welche sich durch die Analyse nach P. Mayring ergab, nicht alleine beantworten. Die entsprechenden Beiträge der Kategorien mussten zusätzlich inhaltlich ausgewertet werden, um Abweichungen festzustellen.

Die verwendete Methode der *Strukturierung* ist geeignet eine prozentuale Verteilung des Untersuchungsmaterials zu ermitteln. Sie kann als fundierte Grundlage einer daran anknüpfenden qualitativen Analyse der Beiträge dienen.

### Ausblick

Bleibt man in der politikwissenschaftlichen Perspektive, wie sie in dieser Analyse verfolgt wurde, würde es einen Mehrwert generieren zusätzlich zu dem in dieser Arbeit gewählten Analysezeitraum die „Heiße Phase“ des Wahlkampfes, das heißt vier Wochen vor der Europawahl zu betrachten und den entwickelten Kodierleitfaden und die Methode nach P. Mayring auch auf diesen Zeitraum anzuwenden. Somit könnte man auch einen Vergleich zwischen dem Vorwahlkampf und der „Heißen Phase“ ziehen. Interessant wäre zudem, den Zeitraum des gesamten Wahlkampfes zu bewerten, sowie andere Mitgliedsländer und neben den Spitzenkandidaten weitere Europapolitiker in die Untersuchung einzubeziehen.

Nähert man sich der Fragestellung aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive, könnte ein Mehrwert die Fokussierung auf Wahlkampfstrategien sein. Ein stärkerer Vergleich zwischen den unterschiedlichen Strategien auf den Plattformen wäre eine passende Ergänzung des hier gewählten Ansatzes.

Die Feststellung der Abweichungen in dieser Analyse führt zu Folgefragen: Sofern aus subjektiven Gründen die Änderung der Wahlkampfstrategie zwar zu einer Verwässerung der Kommunikation der Werte der EVP im Europa- Wahlkampf führt, andererseits aber Erfolge der Kandidaten in den Wahlergebnissen nach sich zieht, könnten weitere Untersuchungen lohnend sein. Zu erforschen wäre, ob und

inwieweit eine Adaption des Europawahlkampfprogramms auf Länder- und Kandidaten- Ebene auch für eine Partei wie die EVP akzeptabel sein könnte.

Die zu erwartende Steigerung der Anwendung Künstlicher Intelligenz im Kontext des digitalen Wahlkampfes könnte im Rahmen eines Ausblicks ein Katalysator weiterer Professionalisierung der SozM werden. Andererseits ist auch eine potenzielle Zunahme von Fake News durch Künstliche Intelligenz zu befürchten. Damit eröffnet sich ein weiteres Feld für Untersuchungen. Unabhängig davon ist ein Augenmerk auf die Dynamik und den Wandel der Kommunikation über SozM und neuen Plattformen, wie bspw. die angesprochene auch in der politischen Kommunikation im Aufwind befindliche Plattform TikTok, die geeignet sein könnten, die nächsten Wahlen als gewichtiges Kommunikationsmittel zu begleiten und zu prägen.

### Schlusswort

Diese Bachelorarbeit schafft einen Mehrwert, indem sie die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Wahlkampagnenplanung und Kommunikation des Wahlprogramms der EVP vier europäischer Länder vergleichend herausstellt. Die Kommunikation der Spitzenkandidaten und Parteien der untersuchten vier Länder in den SozM orientierte sich nach der Auswertung überwiegend getreu am Wahlprogramm der EVP, obgleich in einzelnen Fällen auch gravierende Abweichungen festzustellen waren. Die Arbeit belegt durch die Feststellung und Dokumentation der zahlreichen Veröffentlichungen zudem, dass die SozM mittlerweile überwiegend fester Bestandteil der Wahlkampagnenplanung sind.

Durch die fortschreitende Digitalisierung unseres Lebens, sowie die Zunahme der Anwendung digitaler Formate durch den potenziellen Wähler selbst, werden die SozM künftig weitere Bedeutung für eine erfolgreiche Wahlkampfkommunikation gewinnen. Man kann den Ausblick wagen, dass die hier identifizierte Professionalisierung der Kampagnen in den SozM in den folgenden Jahren voranschreiten wird und sich die SozM als fester Bestandteil der Wahlkampagnen weiter etablieren werden. Es ist empfehlenswert diese Entwicklungen wissenschaftlich zu begleiten.

## Literaturverzeichnis der Bachelorarbeit

### Monografien

- Blaemire, Robert. 2014. „Campaigns and Elections American Style“. Routledge.
- Brettschneider, Frank. 2002. „Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich“. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Gerhards, Jürgen und Friedhelm Neidhardt. 1990. „Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit Fragestellungen und Ansätze“. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH.
- Kamps, Klaus. 2007. „Politisches Kommunikationsmanagement. Grundlagen und Professionalisierung moderner Politikvermittlung“. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kroeber-Riel, Werner und Franz Rudolf Esch. 2000. „Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze“. 8., Stuttgart: Kohlhammer.
- Mayring, Phillipp. 2015. „Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken“. Weinheim Basel: Beltz Verlag.
- Sarcinelli, Ulrich. 2011. „Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System“ 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schubert, Klaus und Martina Klein. 2020. „Das Politiklexikon“. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Shoemaker, Pamela und Timothy Vos (2009). „Gatekeeping Theory“. Routledge.
- Styckow, Petra. 2007. Vergleich politischer Systeme. Paderborn: Wilhelm fink GmbH & Co Verlags-KG.
- Unger, Simone. 2012. „Parteien und Politiker in sozialen Netzwerken“. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

### Sammelbänder

- Baranowski, Paweł. 2021. „It Is Only a Drill: The 2019 EP Election Campaign on Facebook in Poland as a Testing Ground Before the Autumn Parliamentary Elections“. In Haßler, Jörg, Magin, Melanie, Russmann, Uta und Vicente Fenoll (Hrsg.), *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election*, Palgrave Macmillan.
- Ceron, A, M. Bordignon, und G. Pagano. 2021. „The 2019 EP Election in Italy: A ‘Titanic’ Victory for Salvini’s League“. In Haßler, Jörg u.a (Hrsg.), *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election*, Palgrave Macmillan.
- Decker, Alexander. 2019. „Social Media – Grundlegende Aspekte zum Begriff und zum systematischen Management“. In Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (Hrsg.), *Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019: Tagungsband 13. Wissenschaftlicher Interdisziplinärer Kongress Für Dialogmarketing*. 109-151 Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

- Eilders, Christiane. 2006. „Politische Kommunikation“. In Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), *Medien von A bis Z*, 283-286. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fenoll, Vicente, Haßler, Jörg, Magin, Melanie und Uta Russmann. 2021. „Campaigning for Strasbourg on Facebook: Introduction to a 12-Country Comparison on Parties' Facebook Campaigns in the 2019 European Parliament Election“. In Haßler, Jörg, Magin, Melanie, Russmann, Uta und Vicente Fenoll (Hrsg.), *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election*. Palgrave Macmillan.
- Filzmaier, Peter und Fritz Plasser. 2001. „Governing as Campaigning: Der permanente Wahlkampf in den USA“. In Filzmaier, Peter und Fritz Plasser (Hrsg.), *Wahlkampf um das Weiße Haus*. 251-257 Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gattermann, Katjana. 2019. „The ‘Spitzenkandidaten’ in the media: A comparative perspective“, In Bolin, Niklas, Falasca, Kajsa, Grusell, Marie und Lars Nord (Hrsg.), *Euroreflections, Leading academics on the European elections*. 2019. 84-84. Mittuniversitetet, Demicom.
- Haßler, Jörg und Simon Kruschinski. 2019. „Die Verbindung von Offline- und Online-Wahlkampf im Wahljahr 2017 am Beispiel der Mobilisierungskampagnen von CDU und SPD“. In Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.), *Die (Massen-)Medien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2017*. 73-97. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Keim, Nina und Adrian Rosenthal. 2016. „Memes, Big Data und Storytelling. Rückblick auf den digitalen US-Wahlkampf 2012“, In Bieber, Christoph und Klaus Kamps (Hrsg.) *Die US-Präsidentenschaftswahl 2012 Analysen der Politik- und Kommunikationswissenschaft*. 307-331. Wiesbaden: Springer VS.
- Mayring, Philipp und Thomas Fenzl. 2014. „Qualitative Inhaltsanalyse“ In Baur Nina und Jörg Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- McCombs, Maxwell und Amy Reynolds (2008). „How the news shapes our civic agenda“ In Bryant, Jennings, und Oliver, Beth Oliver (Hrsg.). *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Routledge.
- Novelli, Edoardo. „The First European Election Campaign in the Time of Social Media“. In Haßler, Jörg u.a (Hrsg.), *The 2019 European Electoral Campaign, 2022*: Palgrave Macmillan.
- Otto, Hans-Joachim. 2015. „Politische Meinungsbildung und Kommunikation von Abgeordneten über soziale Medien“, In Friedrichsen, Mike und Roland A. Kohn (Hrsg.), *Digitale Politikvermittlung Chancen und Risiken interaktiver Medien*. 305-309. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Russmann, Uta, Haßler, Jörg, Fenoll Vicente und Melanie Magin. 2021. „Social Media as a Campaigning Tool in Elections: Theoretical Considerations and State of Research“, In Haßler, Jörg, Magin, Melanie, Russmann, Uta und Vicente Fenoll (Hrsg.), *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election*, Palgrave Macmillan.
- Schlipphak, Bernd, Cordero, Alejandro und Johannes Terhaar. 2018. „Zentral organisiert oder individuelle Vorlieben? Die Nutzung von Social Media durch Kandidaten im Wahlkampf“. In Schlipphak,

- Bernd (Hrsg.), *Professionalisierte politische Kommunikation Empirische Analysen der Wahlkampf-kommunikation auf Länderebene*. 93-109. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Schoen, Harald. 2005. „Wahlkampfforschung“. In Falter, Jürgen W., und Harald Schoen (Hrsg.), *Handbuch Wahlforschung*. 661- 705. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schultze, Martin. 2016. „Das Michigan-Modell- Forschungsstand und Überlegungen zur Wählerheterogenität“ In Schultze, Martin (Hrsg.) *Wahlverhalten und Wählerheterogenität: Theorie und Empirie auf der Grundlage des Michigan-Modells*. 9-149. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schulz, Winfried. 2003. „Politische Kommunikation“. In Bentele, Günter, Hans-Bernd Brosius, und Otfried Jarren. *Öffentliche Kommunikation Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. 458-481. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Valentini, Chiara. 2019. “Social media use by main EU political parties during EP elections 2019”, In Bolin, Niklas, Falasca, Kajsa, Grusell, Marie und Lars Nord (Hrsg.), *Euroreflections, Leading academics on the European elections 2019*. 80-81. Mittuniversitetet, Demicom.
- Vowe, Gerhard. 2003. „Politische Kommunikation“. In Münkler, Herfried (Hrsg.), *Politikwissenschaft: Ein Grundkurs*. 519–552. Reinbek: Rowohlt.

### **Zeitschriften**

- Auter, Zachary J., und Jeffrey A. Fine. 2016. “Negative Campaigning in the Social Media Age: Attack Advertising on Facebook”. *Political Behavior* 38(4): 999–1020.
- Bene, Márton u. a. 2023. „Populism in Context: A Cross-Country Investigation of the Facebook Usage of Populist Appeals During the 2019 European Parliament Elections“. *The International Journal of Press/Politics*.
- Farkas, Xénia u. a. 2022. „Strikingly Similar: Comparing Visual Political Communication of Populist and Non-Populist Parties across 28 Countries“. *European Journal of Communication* 37(5): 545–62.
- Focke, Sandra. 2007. „„Politik-Marketing“ Die Marketing-Strategien der beiden großen Volksparteien (CDU, SPD) im Bundestagswahlkampf 2022 mit Schwerpunkt auf Materialien der CDU“. *Europäische Hochschulschriften. Reihe V Volks- und Betriebswirtschaft*. Peter Lang.
- Graff, Garret (2009). „Per SMS ins Weiße Haus – Obama und die neuen Medien“. Friedrich Ebert Stiftung Washington Office Fokus Amerika Referat Westliche Industrieländer. Nr.1/2009.
- Gil De Zúñiga, Homero, Brian Weeks, und Alberto Ardèvol-Abreu. 2017. „Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics: NEWS FINDS ME PERCEPTION“. *Journal of Computer-Mediated Communication* 22(3): 105–23.
- Holtz-Bacha, Christina. 2000. „Entertainisierung der Politik“ *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 31, 156-166.
- Holtz-Bacha, Christina. 2001. „Negative Campaigning: In Deutschland negativ angenommen“.

Zeitschrift für Parlamentsfragen. 32.

Jenkins, Henry. 2006. „Convergence Culture: Where old and new media collide“. New York: New York University Press.

Jun, Uwe. 2009. „Parteien, Politik und Medien. Wandel der Politikvermittlung unter den Bedingungen der Mediendemokratie“. In Marcinkowski, Frank und Barbara Pfetsch (Hrsg.), Politik in der Mediendemokratie. Sonderheft 42/2009: 151-174. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kruschinski, Simon, und Márton Bene. 2022. „In Varietate Concordia?! Political Parties' Digital Political Marketing in the 2019 European Parliament Election Campaign“. European Union Politics 23(1): 43–65.

Kümpel, Anna S. 2022. „Social media information environments and their implications for the uses and effects of news: The PINGS framework“. In International Communication Association (Hrsg.), Communication Theory, 32(2), 223–242.

Lee, S., Diehl, T., & Valenzuela, S. (2022). „Rethinking the virtuous circle hypothesis on social media: Subjective versus objective knowledge and political participation“. Human Communication Research, 48(1), 57–87.

Maurer, Marcus. 2009. „Wissensvermittlung in der Mediendemokratie. Wie Medien und politische Akteure die Inhalte von Wahlprogrammen kommunizieren“. In Marcinkowski, Frank und Barbara Pfetsch (Hrsg.), Politik in der Mediendemokratie. Sonderheft 42/2009: 151-174. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Ohme, Jakob, und Cornelia Mothes. 2023. „News Snacking and Political Learning: Changing Opportunity Structures of Digital Platform News Use and Political Knowledge“. Journal of Information Technology & Politics: 1–15.

Schulz, Winfried. 1998. „Wahlkampf unter Vielkanalbedingungen. Kampagnenmanagement, Informationsnutzung und Wählerverhalten“. Media Perspektiven, 8, 378-391.

Zuiderveen Borgesius, Frederik, Moeller, Judith, Kruike-meier, Sanne, Ó Fathaigh, Ronan, Irion, Kristina, Dobber, Tom, Bodó, Balázs und Claes H. de Vreese. 2018. “Online Political Microtargeting: Promises and Threats for Democracy” Utrecht Law Review, Vol. 14, No. 1, p. 82-96.

### **Internetquellen:**

Bellamy, François - Xavier. o.J. „Biographie en bref“. <https://www.fxbellamy.fr/biographie-francois-xavier-bellamy/> (Abgerufen am 03.06.2024).

CDU. 2024. „In Freiheit leben. Grundsatzprogramm der CDU Deutschlands“. [https://assets.ctfassets.net/nwwnl7i-fahow/5CgMnK71ags88lqIxtkCB5/66e14b4cc6a1207a4a5e4da169e46a33/240507\\_CDU\\_GSP\\_2024\\_Beschluss\\_Parteitag\\_FINAL.pdf](https://assets.ctfassets.net/nwwnl7i-fahow/5CgMnK71ags88lqIxtkCB5/66e14b4cc6a1207a4a5e4da169e46a33/240507_CDU_GSP_2024_Beschluss_Parteitag_FINAL.pdf) (Abgerufen am 03.06.2024).

- CDU. o.J. „Geschichte der CDU“. <https://www.cdu.de/ueber-uns/geschichte-der-cdu/geschichte> (Abgerufen am 03.06.2024).
- CDU. 2021. „Die CDU in der Europäischen Volkspartei“ <https://www.cdu.de/artikel/die-cdu-in-der-europaeischen-volkspartei> (Abgerufen am 03.06.2024).
- European Parliament. 2024. „Use your vote. Or others will decide for you. European elections, 6-9 June 2024“. <https://www.youtube.com/watch?v=LoiAADEcIyg> (Abgerufen am 11.06.2024).
- European People’s Party. o.J.a. „Who we ware“. <https://www.epp.eu/who-we-are#timeline.#> (Abgerufen am 03.06.2024).
- European People’s Party. o.J.b. „What we stand for“. <https://www.epp.eu/commitments> (Abgerufen am 03.06.2024).
- Europäische Volkspartei. o.J. „Satzung und Geschäftsordnung“. [https://www.epp.eu/files/uploads/2015/09/EPP-Statute\\_DE.pdf](https://www.epp.eu/files/uploads/2015/09/EPP-Statute_DE.pdf) (Abgerufen am 03.06.2024).
- EPP group in the European Parliament. o.J.a. „Wie wir arbeiten“. <https://www.eppgroup.eu/de/wer-wir-sind/arbeitsweise-der-fraktion> (Abgerufen am 03.06.2024).
- EPP group in the European Parliament. o.J.b. „Auftrag“. <https://www.eppgroup.eu/de/wer-wir-sind/unsere-leitbild> (Abgerufen am 03.06.2024).
- EPP group in the European Parliament. o.J.c. „Manfred Weber“. <https://www.eppgroup.eu/de/wer-wir-sind/unsere-mitglieder/manfred-weber> (Abgerufen am 03.06.2024).
- EPP group in the European Parliament. o.J.d. „Dolors Montserrat“. <https://www.eppgroup.eu/who-we-are/our-members/dolors-montserrat> (Abgerufen am 03.06.2024).
- Kristdemokraterna. 2015. „Principprogram“. <https://www.kd.nu/principprogram.pdf> (Abgerufen am 03.06.2024).
- Kristdemokraterna. o.J. „Historia“. <https://kristdemokraterna.se/vart-parti/historia> (Abgerufen am 03.06.2024).
- Les Républicains. 2022. „Notre Projet pour la France“. <https://republicains.fr/wp-content/uploads/2021/10/2021-10-25-IR-notre-projet-pour-la-france.pdf> (Abgerufen am 03.06.2024).
- Newman, Nic, Fletcher, Richard, Eddy, Kirsten, Roberts, Craig und Rasmus Kleis Nielsen. 2023. „Reuters Institute Digital News Report 2023“. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital\\_News\\_Report\\_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf) (Abgerufen am 03.06.2024).
- Partido Popular. 2023. „Programa Electoral. Un Proyecto al servicio de un gran país“. [https://www.pp.es/sites/default/files/documentos/programa\\_electoral\\_pp\\_23j\\_feijoo\\_2023.pdf](https://www.pp.es/sites/default/files/documentos/programa_electoral_pp_23j_feijoo_2023.pdf) (Abgerufen am 03.06.2024).
- Partido Popular. o.J. „Historia“. <https://www.pp.es/conocenos/historia> (Abgerufen am 03.06.2024).

Statista. 2023. „Über welche der folgenden sozialen Netzwerke haben Sie in der letzten Woche im Internet Nachrichten konsumiert?“. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/499352/umfrage/soziale-netzwerke-als-nachrichtenquelle-weltweit/> (Abgerufen am 03.06.2024).

Teodorescu, Alice. o.J. „LinkedIn Profil“. [https://se.linkedin.com/in/alice-teodorescu-måwe-b7877a30?trk=public\\_post\\_follow-view-profile](https://se.linkedin.com/in/alice-teodorescu-måwe-b7877a30?trk=public_post_follow-view-profile) (Abgerufen am 03.06.2024).

Thimm, Caja. 2008. „SMS-Kampagne – eines der absoluten Erfolgsgeheimnisse dieses Wahlkampfes““. <https://www.deutschlandfunk.de/sms-kampagne-eines-der-absoluten-erfolgsgeheimnisse-dieses-100.html> (Abgerufen am 03.06.2024).

Weber, Manfred. o.J. „Manfred Weber“. <https://manfredweber.eu/de/manfred-weber-ueber-mich/> (Abgerufen am 03.06.2024).

Zettermann, Jacob. 2024. „KD-ledaren om Alice Teodorescu Måwe. “En drömrekrytering”“. <https://www.dagen.se/nyheter/2024/01/19/kd-ledaren-om-alice-teodorescu-mawe-en-dromrekrytering/> (Abgerufen am 03.06.2024).

#### **Podcasts:**

Auf den Punkt – der Nachrichtenpodcast der SZ. 2024. „Am Wochenende: Wie Europas Rechte Ursula von der Leyen umwirbt“.

<https://open.spotify.com/episode/52dMZWWkabzePB2Wyn77fr?si=ZCP3jrchSeCKfSTIS15Z5Q>

(Abgerufen am 08.06.2024)

## Anhangsverzeichnis der Bachelorarbeit

Anhang 1	Kodierleitfaden.....	46
Anhang 2	EPP Manifesto 2024.....	54
Anhang 3	Zusammenfassung der qualitativen Inhaltsanalyse.....	79
Anhang 4	Visualisierung der Kategorien mit Subkategorien.....	89
Anhang 5	Beiträge nach SozM gegliedert.....	91
Anhang 6	Anzahl Follower der Spitzenkandidaten und Parteien.....	91

### GitHub

Alle die zu dieser Arbeit gehörenden Basisdaten wie ausgewertete Beiträge in den Sozialen Medien und die ausführliche qualitative Inhaltsanalyse sind auf GitHub verfügbar. Diese können unter folgendem Link eingesehen werden:

<https://github.com/Mawe1502/Bachelorarbeit-Dateien-Wellstein-Marie>

Durch die Bereitstellung auf GitHub wird die Transparenz und Nachvollziehbarkeit dieser Bachelorarbeit sichergestellt.

**Anhang 1: Kodierleitfaden**

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024</b>				
<b>Außenpolitik</b>				
Ukraine	<p>Bezug genommen wird auf den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine. Die Subkategorie umfasst den politischen, ökonomischen, humanitären und militärischen Schutz der Ukraine gegen Russland. Zudem wird der Wiederaufbau der Ukraine und die Aufnahme in die EU und NATO unterstützt.</p>	<p><i>Ukraine defends not only its own freedom, sovereignty and territorial integrity but also our shared European values. The EPP will remain a leader in mobilising much-needed EU support and assistance until Ukraine's decisive victory.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss eine Aussage wie Friede, Souveränität, territoriale Integrität, Zusammenstehen gegen Putin/Aufnahme in die NATO, Aufnahme in die EU, Wiederaufbau getroffen werden oder wörtlich genannt werden.</p>	
Verteidigung	<p>Bezug genommen wird auf zunehmende außenpolitische Krisen wie Russlands illegaler Angriffskrieg, nukleare Bedrohungen, wachsende Spannungen im Südchinesischen Meer. Die Europäer müssen Europa stärker schützen. Die NATO- Erweiterungen werden befürwortet. Europa muss sich auf ein Szenario ohne amerikanische Unterstützung einstellen und deshalb die Kooperation mit europäischen Partnern verstärken. Drei Hauptziele werden genannt: Ausbau industrieller Verteidigungsbasis durch mehr Investitionen, stärkere Zusammenarbeit durch PESCO u.a., Ausbau einer Europäischen Verteidigungsunion mit europäischen Land-, See-, Cyber- und Luftstreitkräften</p>	<p><i>Russia's illegal war of aggression against Ukraine, the weaponisation of energy and food and irresponsible nuclear threats, combined with growing tensions in the South China Sea and the Taiwan Strait, are a wake-up call for Europe. The pace of geopolitical change is dramatic and the world has become a more dangerous place. In this new environment, Europeans need to protect Europe.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss eine Aussage wie NATO-Erweiterung, Europa schützen, europäische Souveränität sichern, Kooperation mit europäischen Partnern, Ausbau der Verteidigung, stärkere militärische Zusammenarbeit, Europäische Verteidigungsunion getroffen werden oder wörtliche genannt werden.</p>	
Terrorismus und organisierte Kriminalität	<p>Gemeint ist der zwischenstaatliche Austausch zur Bekämpfung von organisierter Kriminalität und Terrorismus. Konkrete Maßnahmen: Unterbindung der Finanzströme durch verschärfte Vorschriften, Verstärktes System zur Einziehung illegaler Vermögenswerte, verstärkte grenzüberschreitende Zusammenarbeit, Ausbau Europol, Stärkung gemeinsamer Ermittlungsgruppen, Aktualisierung EU Strategien zur Cybersicherheit, Ausweitung Anwendungsbereich des europäischen Haftbefehls, Bekämpfung der Verbreitung von Ideologien, die den Werten der EU wie Menschenrechte, Freiheit, Demokratie zuwiderlaufen</p>	<p><i>The EPP is committed to preserving a peaceful coexistence in European countries and societies: it is therefore not allowed, by any means, not the least personal or electoral, to protect terrorism against the judiciary, Europe civil peace is based upon compliance of the law, and respect to the rights for everyone. We have a bitter memory of the Deep sorrow caused by nationalisms, radicalisms, and populisms.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss eine Aussage wie Bekämpfung von Terrorismus, Bekämpfung organisierter Kriminalität, Cybersicherheit, Schutz von Menschenrechten, Demokratie und Freiheit, grenzüberschreitende Zusammenarbeit zur Terrorbekämpfung, Ausbau Europol getroffen werden oder wörtlich genannt werden.</p>	

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024</b>				
<b>Asyl &amp; Migration</b>				
<b>Schutz gegen illegale Migration</b>	<p>Gemeint ist die Kontrolle illegaler Migration unter Wahrung der Humanität und Gerechtigkeit. Dies umfasst eine strengere Grenzkontrolle und Kontrolle irregulär Einreisenden. Eine Kontrolle der Binnengrenzen ist nicht ausgeschlossen. Konkrete Maßnahmen: Entwicklung Frontex zu einer europäischen Grenz- und Küstenwache durch Personalaufstockung, Finanzierung einer elektronischen und physischen Infrastruktur zum Grenzschutz, enge Zusammenarbeit mit Drittstaaten, elektronische Überwachung der Einreisen, Maßnahmen gegen Menschenhändler. Die Instrumentalisierung illegaler Migration als Kriegsstrategie muss gestoppt werden</p>	<p><i>As the EPP, we are determined to guarantee control over migration and we do so in accordance with international law and in respect of fundamental rights. The guiding principles of our migration policy are humanity and order. We seek a halt to uncontrolled migration so that Europe's capacity to integrate is not overwhelmed. European Member States, not smugglers, must decide who enters Europe.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Kontrolle illegaler Migration, strengere Grenzkontrolle, Humanität und Ordnung, Frontex, Instrumentalisierung illegaler Migration als Kriegsstrategie getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>	
<b>Asyl</b>	<p>Genannt wird eine fundamentale Änderung des europäischen Asylrechtes. Dies umfasst die Umsetzung des Konzeptes des sicheren Drittstaates sowie die Aufnahme schutzbedürftiger Personen in die EU im Rahmen jährlicher humanitärer Kontingente. Alle relevanten Politiken, einschließlich neuer Handelsabkommen, Entwicklungshilfen und Visapolitiken sollten von der Zusammenarbeit mit Drittländern im Bereich Migration abhängen. Es bedarf zudem einen Pakt mit afrikanischen Ländern, der durch einen europäischen Investitionsplan für Afrika unterstützt wird, um das Migrationsproblem an der Wurzel zu packen.</p>	<p><i>We are committed to the fundamental right to asylum, but the EU, together with its Member States, must have the right to decide to whom and where it is granted. We will conclude agreements with third countries to ensure that asylum seekers can also be granted protection in a civilised and safe way.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Asylrecht, kontrollierte Einwanderung, Zusammenarbeit mit Drittländern, Konzept der sicheren Drittstaaten, Pakt mit afrikanischen Ländern getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>	
<b>Arbeits-migraton</b>	<p>Gemeint ist die legale Migration und Integration in den Arbeitsmarkt. Der Umgang mit legaler Migration, die Integration legaler Migranten in die Gesellschaft und die Vereinbarung mit nationalen Interessen ist dabei Aufgabe der Mitgliedsstaaten. Gefordert wird zudem eine vollständige Schengen-Zulassung für Bulgarien und Rumänien, eingeschlossen der Aufhebung von Luft-, See- und Landgrenzkontrollen.</p>	<p><i>Labour migration has a significant territorial impact and brings both opportunities and challenges to ageing and demographically declining societies. It is up to the Member States to deal with legal migration, determine how it best fits their national interests and facilitate legal migrants' inclusion and integration into society.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu legale Migration, Integraion in den Arbeitsmarkt, Schengenzulassung für Bulgarien und Rumänien, getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>	

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024</b>				
<b>Soziales</b>	<p><b>Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt</b></p>	<p>Konkret ist darunter die Wahrung regionaler und nationaler Identitäten, Wahrung der Demokratie, Menschenwürde, Grundrechte, Rechte von Minderheiten, Freiheit, Gleichheit, Gleichberechtigung, Solidarität, Rechtsstaatlichkeit, Gerechtigkeit, Pluralismus, Toleranz gegenüber Andersdenkenden, zu verstehen. Die EVP setzt sich gegen den Verkauf der EU-Staatsbürgerschaft als Bedrohung der Sicherheit ein. Auch die Bekämpfung von Fake News als Bedrohung der Demokratie wird angeführt</p>	<p><i>We are proud of our European way of life. We want to preserve our regional and national identities as well as our common European one. In Europe, we know that our differences, but also what we have in common, make us stronger.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Wahrung regionaler und nationalen Identitäten, Wahrung der Demokratie, Menschenwürde, Grundrechte, Rechte von Minderheiten, Freiheit, Gleichheit, Gleichberechtigung, Solidarität, Rechtsstaatlichkeit, Gerechtigkeit, Pluralismus, Toleranz gegenüber Andersdenkenden, EU-Staatsbürgerschaft getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>
	<p><b>Sozialstaat</b></p>	<p>Angesprochen werden Familien, die Hilfsbedürftigsten und Senioren in unserer Gesellschaft. Konkrete Maßnahmen: Verteidigung europäischer Sozialstandards, Anhebung Lebensstandard, Bekämpfung Kinderarmut, europaweiter Elternurlaub, Familienrecht ist Sache der Mitgliedsstaaten, Investition in generationsübergreifende Städte, Stärkung Europäische Pflegestrategie, Europäischer Behindertenausweis. Unter der Kategorie ist auch das Europäische Sozialmodell zusammengefasst (Zugang zu einer Krankenversicherung, Gleichbehandlung von Männern &amp; Frauen auf dem Arbeitsmarkt, Schutz von Arbeitsplätzen, Europäische Arbeitnehmergarantie, faire Löhne)</p>	<p><i>We believe in a Europe of solidarity that works together, includes everyone, offers the best conditions to everyone for starting a family and ensures that older people can enjoy longevity with dignity. Our Europe does not take care of everything itself but leaves no one behind. (...) Demographic change will be a huge challenge in the coming legislative period. Strategic questions related to the labour market, innovation, healthcare and regional disparities will have to be tackled. For this reason, the importance of this issue should also be reflected in the organisational structure of the future by an important portfolio and sufficient resources.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Gesundheitsversorgung, regionale Ungleichheit, Familien, Senioren, Rechte der Frauen, demografischer Wandel, leave nobody behind, Wohnungssicherheit, Arbeitnehmerrechte, Krankenversicherung, Absicherung bei Krankheit, Rente, Streikrecht getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>
	<p><b>Innovationen im Gesundheitsbereich</b></p>	<p>Gemeint ist die Förderung einer zugänglichen, hochwertigen Gesundheitsversorgung für alle Bürger, unabhängig von ihrem sozioökonomischen Status oder Herkunft, über nationale Grenzen hinweg. Maßnahmen: Verhinderung Abwanderung medizinischer Fachkräfte, Schaffung einer Europäischen Gesundheitsunion, Verbesserung der Widerstandsfähigkeit der Gesundheitssysteme</p>	<p><i>We want accessible quality healthcare for all citizens, irrespective of socio-economic status or where they come from. Reducing health inequalities should be the core mission of the EU. For this purpose, it is crucial to eliminate the pay gap to stop the drain of health professionals from some European regions, especially in rural areas.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Förderung der Gesundheitsversorgung, Verhinderung der Abwanderung medizinischen Personals, Europäische Gesundheitsunion, Verbesserung der Widerstandsfähigkeit der Gesundheitssysteme getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024</b>				
<b>Klima &amp; Umwelt</b>	<b>Klimaschutz</b>	<p>Fokus auf dem European Green Deal, 55% Emissionsreduktion, Klimaneutralität bis 2050. Ziel jeden Sektor beim Aufbau seines Geschäftsmodells für Dekarbonisierung der Industrie zu unterstützen. Dabei müssen Förderung der Wirtschaft und Umsetzung des Klimawandels Hand in Hand gehen. Landwirte, Fischer, Unternehmen müssen finanziell unterstützt werden. Grundsatz der Technologieneutralität und Schaffung von Anreizen für Unternehmen. Intensivierung der Forschung mit einem besonderen Schwerpunkt auf der Kernfusion</p>	<p><i>To achieve our ambitious goals, we must make climate policy go hand in hand with our economy and society. Because we know that, without climate protection, our economy cannot remain competitive in the long term but that, without a competitive economy, there can be no sustainable climate protection either.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Wettbewerbsfähigkeit im Kontext Klimaschutz, Emissionsreduktion, Dekarbonisierung, Klimawandel, Unterstützung der Landwirte und Fischer bei Klimazielen, Technologieneutralität den Klimaschutz betreffend, Kernfusion, Atomkraft getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>
	<b>Energiepolitik</b>	<p>Gemeint ist ein stärkerer Ausbau der Strom- und Gasnetze zwischen den Mitgliedsstaaten, gleichzeitig sollen niedrigere Preise für Bürger und Unternehmen gewährleistet werden. Gefördert wird eine Europäische Energieunion, die in eine kohlenstoffneutrale und umweltfreundliche Zukunft führt. Die Mitgliedstaaten entscheiden dabei über den Energiemix. Die Energiewende muss zudem stärker auf die lokalen Gegebenheiten abgestimmt werden. Außerdem befürwortet die EVP einen technologieneutralen Ansatz bei der Entwicklung alternativer Kraftstoffe, Wasserstofftechnologien und neuer Antriebsstränge für Fahrzeuge, Flugzeuge und Schiffe.</p>	<p><i>We will invest more in the development of electricity and gas network interconnections between EU Member States in order to create a more united and efficient Energy Union. We will encourage investments to integrate further the European electricity and gas market to ensure lower prices for European citizens and our businesses. We want a European Energy Union that will lead us into a carbon-neutral and environmentally-friendly future. Member States decide on their specific energy mix. An open and neutral technology approach as guiding principle is a driver for innovation.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu stärkerer Ausbau der Strom- und Gasnetze, kohlenstoffneutral, umweltfreundlich, alternative Kraftstoffe, Wasserstofftechnologie getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024</b>				
<b>Wirtschaft</b>	<b>Europas Wettbewerbsfähigkeit</b>	<p>Das übergeordnete Ziel ist die Wettbewerbsfähigkeit Europas voranzutreiben. Der Binnenmarkt soll vertieft werden. Gleichzeitig soll eine Wettbewerbsstrategie für Europa entwickelt werden, die den Geist des Unternehmertums wiederbelebt, dazu soll ein EU Wettbewerbscheck für jede neue politische Initiative eingeführt werden. Zudem soll eine gemeinsame Industriepolitik entwickelt werden. Vorschriften zur Sicherstellung strategischer Infrastruktur, vor allem ggü. China sollen verabschiedet werden</p>	<p><i>The EPP remains fully committed to the euro, for it deepens the single market and enhances unity. Economic prosperity, ambitious environmental protection and social peace can succeed in Europe only if our economy is also successful worldwide. This is why competitiveness is so crucial.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu wirtschaftlicher Wohlstand, Wettbewerbsfähigkeit, sozialer Wohlstand, Wirtschaftswachstum, strategische Infrastruktur, Binnenmarkt, Wettbewerbsstrategie getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>
	<b>Abbau der Bürokratie</b>	<p>Konkret ist darunter zum einen die Beauftragung eines EU Kommissars, der den Abbau der Bürokratie überwachen soll gemeint. Außerdem soll eine Verfallsklausel für Gesetze eingeführt werden</p>	<p><i>We must always consider the real concerns of our citizens and businesses, not overwhelm them. Legislation needs to be user-friendly, easy to understand and implementable.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Abbau der Bürokratie, Verfallsklausel für Gesetze, EU Kommissar der Bürokratie getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>
	<b>Abwanderung von Fachkräften stoppen</b>	<p>Gemeint ist die Schaffung guter Möglichkeiten in jeder Region Europas durch Kohäsions-, Wirtschafts- und Innovationspolitik um das Abwandern von Fachkräften zu stoppen. Dazu gehört auch die Schließung der Kluft zwischen ländlichen und städtischen Gebieten. Konkrete Maßnahme ist die stärkere Beachtung der Kohäsionspolitik im EU-Haushalt mit vereinfachten Regeln und der direkten Beteiligung der regionalen Behörden und einen europäischen Plan für den ländlichen Raum</p>	<p><i>we must put a stop to brain drain by providing good opportunities in every region through our cohesion, economic and innovation policies. We want to set up a "Brain Gain" action plan for the whole of Europe that offers young people the chance to return to their home country from abroad and within Europe. Europe is our home and Europe cares about our homes.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Kohäsionspolitik, Schließung der Kluft zwischen Stadt und Land, Fachkräfteabwanderung, Chancen schaffen, Brain Drain Brain Gain getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024</b>				
<b>Wirtschaft</b>				
Schaffung von Arbeitsplätzen	Konkret ist die Auflegung eines Innovationsplans für hochwertige europäische Arbeitsplätze gemeint. Dazu gehört ebenfalls ein Finanzierungsprogramm für von Frauen geführten Start-ups. Ebenfalls ist die Vollendung einer Kapitalmarktunion und einer Bankenunion, die Stärkung des Binnenmarktes für Finanzdienstleistungen sowie eine solide und berechenbare Finanzpolitik, die die Maastricht-Kriterien einhält zu fördern.	<p><i>In parallel, we must also increase the innovative drive of our economy by launching an investment plan for European quality jobs, through which we want to invest in research and development, calling on Member States and the EU to reach a combined investment of 4% of GDP with a focus on scientific excellence bringing European added value.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Schaffung neuer Arbeitsplätze, Innovationsplan, Start-Ups von Frauen geführt, Kapitalmarktunion, Bankenunion, Stärkung des Binnenmarktes, Finanzpolitik getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>	
Unterstützung der Landwirtschaft und Fischerei	Konkret ist die Unterstützung der Landwirte und Fischerei in Anbetracht steigender Lebensmittelpreise, Lebensmittelqualität und Anforderung des Tierschutzes gemeint. Landwirte und Fischerei müssen eine Zukunft haben, dabei wird auf Dialog anstatt Top Down Ansätze gesetzt. Konkrete Maßnahmen: Europäischer Resilienzzeiger, Europäischer Plan für Wassernutzung, eigenständiges Ressort in der Kommission für Fischerei, faire Verteilung der GAP Mittel, finanzielle Förderung	<p><i>We want farmers in Europe to have a future and stand for dialogue instead of top-down approaches. This is the only way to secure our unique cultural landscapes and our food supply in the long term. Climate protection, biodiversity and sustainable landscape conservation can be achieved only with and not against farmers. Protecting biodiversity and precious resources such as water, air and forests is our insurance for the future.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Landwirtschaft, Fischerei, finanzielle Unterstützung der Landwirte und Fischer, Dialog mit Landwirten und Fischern getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>	
Handelspolitik	Gemeint ist die Stärkung der Handelspolitik, Sicherung und Stärkung des eigenen Wohlstandes und der strategischen Sektoren und Wirtschaftspartner. Dazu ist eine neue, intelligente Handelspolitik, die mit europäischen Interessen, Werten und Normen im Einklang steht und auf dem Prinzip der Gegenseitigkeit beruht, um insbesondere die Interessen unserer Landwirte und Fischer zu wahren, einzuführen. Zusammenarbeit mit gleichgesinnten Partnern in einer Union der Demokratie, um gegenüber China u.a. wettbewerbsfähig zu bleiben. Ausbau der Handelsbeziehungen mit Lateinamerika, indo-pazifischen Region, Afrika	<p><i>We are the party of free and fair trade. While European interests have always to be at the core of our trade policy, exports are a crucial drive for our economy (...) Our trade is about securing and expanding our own prosperity as well as safeguarding our strategic sectors and, at the same time, strengthening important economic partners. A value-led economic policy relies on trade.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Stärkung der Handelspolitik, Sicherung des Wohlstandes, Stärkung strategischer Partner, europäische Interessen, Demokratie, Wettbewerbsfähigkeit, Ausweitung der Handelsbeziehungen getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>	

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024</b>				
<b>Digitalisierung</b>	<b>Digitalisierung und Menschenzentrierte KI vorantreiben</b>	<p>Gemeint ist speziell das in den Mittelpunkt stellen von Bürgern in der Innovationspolitik. KI, Biomedizin, Robotik können in Kombination mit dem richtigen menschlichen Know-how und einer guten Regulierung eine bessere Welt schaffen. Konkrete Maßnahmen: Senioren unabhängiger machen, Forschung vorantreiben im Bereich Klima, Gesundheit, Mobilität. Steigerung der Investitionen in KI, Maßnahmen: Fünf-Punkte-Plan digitales Netz 5G, KI nicht durch Überregulierung eindämmen, Anpassung des Datenschutzes, KI muss ethischen Standards entsprechen, Innovationsunion für Zukunftstechnologie schaffen</p>	<p><i>Innovation improves people's lives. Against the advances of China and the US, Europe has a globally competitive advantage: our common values, the social market economy and political stability. As Christian Democrats and the Centre Right, we put the people at the centre. When we combine values and innovation, we can shape the future of our European way of life and create jobs.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss die Aussage zu Innovationspolitik, Wettbewerbsfähigkeit, KI, Überregulierung eindämmen, Anpassung Datenschutzes, ethische Standards, Innovationsunion getroffen oder wörtlich genannt werden.</p>

Kategorie	Subkategorie (Merkmalsausprägungen)	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
<b>Kampagnenstrategien</b>				
<b>Angriffsstrategie</b>		<p>Das Ziel besteht darin den politischen Gegner negativ darzustellen und Angst vor dem politischen Sieg diesem zu schüren. Dahinter steht das Ziel der Polarisierung, mit welcher der politische Gegner diffamiert und gleichzeitig die eigene Position als positive Alternative dargestellt werden soll (Focke 2007).</p>	<p><i>Die grüne Art Politik zu machen hat etwas Freiheitsberaubendes.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss der politische Gegner negativ dargestellt und die eigenen Position positiv dargestellt werden</p>
<b>Personalisierungsstrategie</b>		<p>Diese Strategie rückt den Kandidaten in den Mittelpunkt der Kampagne. Zum einen wird die wachsende Bedeutung des Kandidaten gegenüber den Sachthemen für die Wahlentscheidung unterstrichen. Zum anderen werden persönliche Merkmale des Politikers in den Fokus gestellt, wie beispielsweise das Privatleben (Focke 2007).</p>	<p><i>Die Republikaner haben sich gestern mit @eciotti und anderen gewählten Vertretern der Republikaner zusammengeschlossen, um unsere Kandidaten @jxbellamy, @celine_ismart und Christophe Godart bei diesem ersten Treffen der Kampagne für die Europawahlen zu unterstützen.</i></p>	<p>Auf Kodier- und Kontextebene muss der Kandidat in den Mittelpunkt des Posts gestellt werden.</p>

**Anhang 2: Wahlprogramm der EVP Manifesto 2024**



### **Our Europe, a safe and good home for the people**

Europe is our home. As the EPP, we have built a Europe where people's dignity, security and freedom always come first. We, as Europeans, are more than the sum of our national identities. Our history, our heritage, our Judeo-Christian roots and our cultural diversity define us. United in diversity is a unique strength that has made peace and prosperity possible for most Europeans.

Faced with a complex world, some believe that everyone should dream of being a global citizen without roots. Others want to close all doors and retreat into national egoism. We do not agree! We are proud of our roots and confident about the future. We do not tell citizens what to believe or what to fear, but we listen to them, respect them and deliver for them. We are bridge-builders. The EPP invented our social market economy, which balances economic freedom with social responsibility. The EPP stands for a strong democracy based on the rule of law, which means that it is the citizens who really decide. The EPP fights for a strong Europe that protects its people.

**We believe in our European way of life.** Freedom is key, but freedom without security is an empty word. Our people expect a Europe that makes them feel safe in every facet of their lives. Our people want secure jobs that ensure a good life and support growing families. Our people expect Europe to champion a life with freedom, justice and democracy.

**We stand for a strong Europe** that speaks with one voice on democracy, the rule of law and freedom. A Europe that confidently stands up to autocrats and stands by those who fight for our European way of life, as Ukrainians are doing against Putin's aggression. A Europe that protects its borders and tackles illegal migration.

**We stand for a competitive Europe** that boosts its economy and creates quality jobs while building a good economic future for everyone. We believe in European leadership in climate and environmental protection not only to safeguard our planet but also to promote economic prosperity and food security with less bureaucracy while boosting innovation and a future-oriented energy union. We want Europe to shape and lead the future by investing in state-of-the-art infrastructure, innovation and digital technologies. We want an open Europe that also protects its own interests. We want to provide our citizens and companies with access to global markets by concluding smart, reciprocity-based trade agreements with like-minded partners.

**We stand for a citizens-oriented Europe** that supports families, creates opportunities for all, promotes equality between women and men and fosters solidarity between generations. A Europe that protects and cares for the most vulnerable in our society, online and offline. A Europe that ensures every technological innovation puts people first. A Europe that turns brain drain into brain gain. A Europe that invests in health research, guarantees high health and care standards and fights diseases.

**We stand for a democratic Europe** where the people decide, a Europe that upholds its core values, within and beyond its borders. A Europe that guarantees citizens are equal before the law and regains the trust of those who feel unheard or left behind.

Europe holds all the right cards to shape the future. As the EPP has done over the past decades, we will keep Europe together, we will defend the European way of life based on freedom, pluralism, subsidiarity, solidarity, democracy and the rule of law and we will promote

sustainable economic growth and development. With the EPP in Europe's driving seat, Europeans will be stronger and safer.

*1. **Our Europe protects its citizens***

There is no freedom without security. We take citizens' safety concerns very seriously, but instead of dividing society we focus on solutions. Only our responsible political approach can truly protect our citizens.

**1.1 Our Europe stands with Ukraine**

The EPP has demonstrated unwavering support for Ukraine since the very beginning of Russia's full-scale war of aggression. Ukraine defends not only its own freedom, sovereignty and territorial integrity but also our shared European values. The EPP will remain a leader in mobilising much-needed EU support and assistance until Ukraine's decisive victory.

It is of paramount importance that the European Union remains committed and united in its support of Ukraine. Europe must, in cooperation with its allies, find ways to amplify its support to Ukraine. This includes political, economic, humanitarian and military aid, for as long as it takes. Europe will stand united with Ukraine against Putin. Ukraine must win the war. This requires certainty regarding the long-term financing of Ukraine for its economic and social recovery, modernisation and reconstruction. We have delivered in an unprecedented way financial support and military capabilities. We have protected millions of Ukrainian refugees. We have created a lifeline to the Ukrainian economy by supporting its exports to the world. We have developed a biting EU sanctions regime against Russia and are effectively addressing sanctions circumvention while further strengthening their scope where and when necessary. The EU needs to continue and step up its support. The war in Ukraine is directly linked to European security. Ukraine should become a member of the EU and NATO as soon as it fulfils all criteria. The EU has to be ready to enlarge.

**1.2 Our Europe must protect itself**

Russia's illegal war of aggression against Ukraine, the weaponisation of energy and food and irresponsible nuclear threats, combined with growing tensions in the South China Sea and the Taiwan Strait, are a wake-up call for Europe. The pace of geopolitical change is dramatic and the world has become a more dangerous place. In this new environment, Europeans need to protect Europe. The EPP will always stand with an enlarged NATO and fully support the strengthening of our alliance, including through Sweden's accession. Every European effort in the field of defence has to be embedded and coherent with NATO. However, our trans-Atlantic allies will stand with us only if we are also willing to do our part autonomously. A strong alliance requires burden sharing. We also must be ready for any changes in our trans-Atlantic partnership and a scenario in which we do not have the support of the United States to ensure our European sovereignty for comprehensive security. This also includes close cooperation with our European partners, such as the United Kingdom and Norway. Our citizens understand that Europe needs to do more in a world in turmoil. The EPP is the only party that has consistently shown its willingness to promote a strong defence posture in Europe to ensure

both deterrence and defence. We are the political force that stands for a Europe that can defend itself, in line with the principle of strategic autonomy, and support those who fight for Europe and its values. This shall not prejudice the specific neutral character of the security and defence policy of certain Member States.

We need to establish three steps for European defence. First, we must ramp up our defence industrial base through more investments. The EPP has already championed initiatives of joint military procurement, such as the European Defence Industry Reinforcement through common Procurement Act (EDIRPA) and European Defence Industrial Development Programme (EDIDP). However, we need to go further. Our focus must be on Defence Tech 2.0, combining the defence industry and the most advanced computer technologies. We want the next long term budget (MFF) to provide the resources to innovate and meet our military needs. Ultimately, we should create a Single Market for Defence. The EU should use the European Defence Agency (EDA) to provide financial support mainly to defence companies to standardise the systems they produce and encourage more joint defence procurement projects in Europe, as well as research of artificial intelligence (AI) for dual purposes (civilian and military). Member States should consider giving priority to purchases of military equipment made in Europe to enhance the EU's strategic autonomy and stand up to aggressors such as Putin. We will develop common European weapons programmes under the EDA supervision in liaison with the Member States. Moreover, the EU needs common rules for arms exports.

Second, we must work better together by utilising all available options in the EU Treaties including PESCO and its flagship projects, such as the project on military mobility that supports crucial cross-border military transport. We also need to establish a Commissioner for Security and Defence, who will better coordinate defence issues within the framework of EU competences and promote cooperation, as well as a Defence Council with defence ministers of Member States. We should also envisage the establishment of a dedicated EU defence budget within the MFF with enough resources to face the challenges of today and tomorrow.

Finally, our long-term goal is to develop a true European Defence Union with integrated European forces in the land, sea, cyber and air. These forces should complement national militaries, aligned with NATO's new force model, with a rapid deployment capacity of a permanent and immediately available force. We want to create a European Fund for External Military Intervention enabling Member States that do not wish to mobilise their armed forces for an EU external military operation to make a financial contribution to the collective European defence. This European fund would enable the full costs of operations to be taken into account and shared among Member States. Our collective action should also focus, in particular, on areas such as cyber defence and security of space. The EU, together with willing Member States, must tackle future European defence projects in close cooperation with our trans-Atlantic partners, including a missile defence shield, a European DARPA, a European Cyber brigade, a European nuclear shield and increased production capacities for defence goods. We must also strengthen European cooperation of intelligence services.

### ***1.3 Our Europe speaks with one voice in the world***

In the new geopolitical environment, Europe can represent its interests in the world only if it speaks with one voice. Europe is strong when it is able to respond quickly and work with like-

minded countries. Our ability to react to global events will determine our success. Europe has to become ready to act in foreign policy. We therefore advocate moving away from the unanimity principle in the field of EU sanctions against totalitarian regimes around the world and towards the Single Market for Defence. We will develop a stronger European diplomatic corps through the European External Action Service (EEAS). But Europe also needs qualified personnel. The EPP calls for the replacement of the High Representative with an EU foreign minister, as Vice-President of the European Commission, and for the appointment of a European Security Council comprised of the leaders of EU Member States and other European countries (including at least the UK, Norway and Iceland). This Minister will closely cooperate with all national EU colleagues on our common interests as well as intensively coordinate with the other European countries, in particular the UK, Norway and Iceland. The EU has to react quickly to international crises and coherently follow through on its foreign-policy decisions, for example making sure that sanctions are truly and consistently implemented. In the coming years, the EU will continue to face enormous challenges on the global stage, as Russia's war of aggression in Ukraine, conflicts in the Middle East and the recent instability caused by the Iranian regime have already shown. The EU also needs a long-term strategy towards other key, strategic areas including China and Taiwan, Russia and Belarus, Africa, Latin America, the Mediterranean region and the Middle East. In short, we need to determine the interests of Europe in order to have a coherent foreign policy in which all Member States must be considered and their interests protected. Moreover, we need to engage with the new regional powers that are becoming increasingly important players on the global stage.

The EPP remains fully committed to supporting the negotiation process for a just, sustainable and viable solution to the benefit of all the people of Cyprus, without the presence of foreign troops and the anachronistic system of guarantees and intervention rights of any foreign state. The EU should send a strong message of solidarity to Cyprus by assuming a more active role in trying to overcome the deadlock and resume the negotiations to end the 50-year-long occupation of Cyprus by Turkey and reunify the island on the basis of a bizonal bicommunal federation, with political equality, in line with the relevant UN Security Council resolutions, EU principles and the acquis. The unacceptable partitionist rhetoric of Turkey for a two-state solution will never be accepted by Europe and the international community.

#### ***1.4 Our Europe protects its borders against illegal migration***

As the EPP, we are determined to guarantee control over migration and we do so in accordance with international law and in respect of fundamental rights. The guiding principles of our migration policy are humanity and order. We seek a halt to uncontrolled migration so that Europe's capacity to integrate is not overwhelmed. European Member States, not smugglers, must decide who enters Europe. Important first steps have been taken by the expansion of Frontex to 10,000 staff in recent years, the financing of an electronic and physical infrastructure to protect the EU's external borders, the new Migration and Asylum Pact at the end of 2023 and the closer cooperation with third countries, as is the case with Tunisia.

Despite a complete refusal by the extreme right to engage constructively in reducing migration and the reluctance of the left to reduce illegal migration, our priorities are clear. To begin with, we must ensure stronger external borders, with better and more rigorous screening of irregular arrivals. Entry at the EU's external borders must be electronically monitored in a

comprehensive way. This includes structural and technical border protection wherever necessary. We need as soon as possible an effective external border protection in place; otherwise we cannot exclude controls at internal borders. It is crucial to reinforce every measure against human smugglers and traffickers, break their business model and end their impunity. We need increased burden sharing in times of crisis, better-shared responsibilities and strong protection of human rights, with special attention to vulnerable people.

We want to transform Frontex into a real European border and coast guard. We will triple Frontex staff to 30,000, equip it with implementing powers as well as a higher budget to purchase modern equipment and enhance its capabilities. We want to guarantee that Frontex officers, together with their national counterparts, have the means to better protect the EU's external borders.

The mandate of Frontex should focus on three priorities: preventing illegal immigration into the EU, helping Member States to secure the EU's external borders and increasing the return of illegal migrants to their countries. We will actively pursue an agreement on common standards for monitoring our external borders and the funding that is necessary for the implementation of these standards.

We also advocate a fundamental change in European asylum law. We are committed to the fundamental right to asylum, but the EU, together with its Member States, must have the right to decide to whom and where it is granted. We will conclude agreements with third countries to ensure that asylum seekers can also be granted protection in a civilised and safe way. We want to implement the concept of safe third countries. Anyone applying for asylum in the EU could also be transferred to a safe third country and undergo the asylum process there. In the case of a positive outcome, the safe third country will grant protection to the applicant on-site. A comprehensive contractual agreement will be established with the safe third country. The criteria for safe third countries shall be in line with the core obligations of the Geneva Refugee Convention and the European Convention on Human Rights. Both conventions do not include the right to freely choose the country of protection. Following the successful implementation of the third country concept, we propose to admit into the EU a quota of people in need of protection through annual humanitarian quotas of vulnerable individuals. This allows us to address both security and integration requirements in the selection process and effectively refuse entry to irregular migrants at our external borders.

We are committed to upholding the fundamental right to asylum while fighting the abuse of national asylum procedures. Therefore, all relevant EU policies, instruments and tools, including new trade agreements, development aid and visa policies, should depend on the cooperation of third countries in the field of migration, more specifically on returns and readmission of their nationals. Nevertheless, we would like to stress that, considering the current situation in Ukraine, we want to refrain from returning refugees to Ukraine at this point. Tackling the migration problem at its core requires a new pact with African countries, supported by a European investment plan for Africa, to address more effectively the root causes of migration, foster economic prosperity and social development and prevent the brain drain of the younger generation for the benefit of all African people.

Labour migration has a significant territorial impact and brings both opportunities and challenges to ageing and demographically declining societies. It is up to the Member States to

deal with legal migration, determine how it best fits their national interests and facilitate legal migrants' inclusion and integration into society.

We need full Schengen admission for Bulgaria and Romania, lifting not just air and sea controls but also land border controls as soon as possible. We need to repair the currently dysfunctional Schengen Area, particularly by further strengthening the EU's external border protection and by preventing illegal migration to Europe in order to realise a secure and completed Schengen Area without internal border controls.

The instrumentalisation of illegal migration is a hybrid war strategy that must be stopped and identified as a threat to national and European security. Member States must have the option to temporarily suspend processing asylum applications in the case of instrumentalised migration. We will not allow anyone to blackmail Europe.

### ***1.5 Our Europe is determined to fight terrorism and organised crime***

We will leave no room for terrorism and organised crime in Europe. However, national solutions alone cannot end international crime; we need European solutions and enhanced information exchange between Member States. In Europe alone, international criminal organisations earn some €139 billion a year while Europol estimates that, within the EU, only about 2% of criminal proceeds are frozen and 1% are confiscated. Human trafficking increased by 10% between 2020 and 2021, with over 7,155 victims recorded while the number of suspected traffickers rose by 12.5%. Drug trafficking is a major security threat to the EU as, according to the European Commission, nearly 70% of drug seizures are carried out by customs authorities at EU ports. Terrorism continues to pose a serious threat to our citizens. Between 2018 and 2022, there were 332 completed, failed or foiled attacks in the EU. As the main goal of organised crime groups is financial gain, the most effective way to fight them is to stop their financial flows through strengthened anti-money laundering and counter-terrorism financing rules. We will establish a reinforced illegal assets recovery system, with improved means of confiscation capabilities, strengthened cross-border cooperation and information-sharing among relevant national, regional, local and EU bodies. Terrorism continues to pose a serious threat to our citizens.

We will significantly expand Europol, equipping it with all legally available competences in the fight against terrorism and international crime and more than doubling its staff from 1,400 to 3,000. We will ensure national databases are connected with those of international security authorities to facilitate information sharing between law enforcement agencies and intelligence services of EU Member States. The work of the Joint Investigation Teams in carrying out cross-border criminal investigations will be strengthened and facilitated. It is essential to deepen cooperation with the US and Latin American countries in the fight against drug trafficking. We must update and develop EU strategies on cyber security and enhance the EU Agency for Cybersecurity (ENISA) to ensure our systems, data and infrastructure are safe from cyber-attacks. We will expand the scope of the European arrest warrant and push for its successful application. We will improve the information exchange between counter terrorism authorities and Asylum and Migration Services. The EPP is equally committed to combatting the spread of ideologies running counter to EU values such as human rights, freedom and democracy. Hate speech, disinformation, Putin's authoritarian terrorist

propaganda, anti-Semitism and radical Islamism spread division and intolerance in our societies. We reject and combat such extremism and violent radicalism in all forms.

The EPP is committed to preserving a peaceful coexistence in European countries and societies. It is therefore not acceptable, by any means, not the least personal or electoral, to shield terrorism against the judiciary. Civil peace in Europe is based on compliance with the law and respect for the rights of everyone. We have a bitter memory of the deep sorrow caused by nationalism, radicalism and populism.

### ***1.6 Our Europe stops violence against women***

We want women to live without fear of any form of violence. The fight against organised crime is also a fight for the rights of oppressed women. Human trafficking affects between 70,000 and 140,000 people every year in Europe, 84% of whom are forced into prostitution. We want 1,000 officers to be deployed in a Europol special unit to combat prostitution and trafficking of women and girls. Forced marriage, female genital mutilation and any other form of violence against women under religious or cultural pretext must not be tolerated. Figures on violence against women in daily life are alarming: one in two women has experienced a form of sexual harassment. Domestic violence is too often a daily reality. On average, two women in the EU are killed by a partner or family member every day. Only a third of cases of physical or sexual abuse within families is reported to the police. The EU is taking decisive steps towards ending violence against women. We led negotiations to criminalise violence against women everywhere in Europe. This means that EU Member States are compelled to punish perpetrators of violence against women, including cyber violence. The Istanbul Convention on preventing and combatting violence against women and domestic violence must be fully implemented throughout the EU. Violence against women in the digital space must be combatted vigorously and the issue must be raised at all political levels to swiftly act to support victims, their needs and their security. Enabling and empowering women is crucial and, to do so, education is key. No woman should be afraid of walking freely on the streets or fear retaliation from a partner or endure any form of abuse in her private or professional life.

### ***1.7 Our Europe protects its citizens online and offline***

The COVID-19 pandemic taught us some important lessons about Europe's ability to manage unexpected crises and clearly demonstrated that, when we are united, we are stronger. It also taught us that we need a comprehensive EU-level approach to preparedness and crisis response. We want to create a Preparedness Union through increased cooperation, peer learning and coordination, ensuring the EU and its Member States will be better prepared for increasingly complex, cross-border and multi-faceted crises that often occur simultaneously. We want to create a Civil Protection Union force linked to strategic reserves of food, water, medicines and medical equipment, in a spirit of solidarity, to support our Member States in times of crisis. Fires that destroy our forests and threaten our citizens are ever more intense. We also want to create an operational European Firefighters' force to be swiftly activated whenever Member State are in need.

Online threats are on the rise. We must fight misinformation and disinformation that aim to manipulate Europeans. We will not look the other way as our enemies increasingly try to

weaken our resilience. The share of cyber-attacks targeting EU countries has risen significantly during the last year. Cybercrime is no longer a footnote in crime statistics. The economic impact of cybercrime has doubled worldwide. Only an integrated European approach will make us safer again. We need a European cyber brigade with clear responsibilities for external and internal security.

Children, among the most vulnerable groups in our society, are targets of criminals, both in the physical and in the digital world. Globally, one in three children indicates being bullied online. In 2020, 33% of girls and 20% of boys in Europe reported having experienced disturbing content online at least once a month. Over 60% of child abuse material worldwide is based in EU servers and much is produced. This is unacceptable. We need an action plan against child abuse, sexual exploitation, cyberbullying and cyber threats that may lead to kidnapping and other forms of violence. We need permanent and binding EU rules to prevent and combat child sexual abuse. We want to use all necessary instruments to protect children and to further strengthen the EU's actions on the Rights of Children. We advocate the storage of IP addresses for the most serious criminal offences, especially in the fight against child abuse, in accordance with the requirements of the European Court of Justice and in respect of the fundamental right to data protection. Traces must also be secured at the digital crime scene. We also want to better protect our children from cyberbullying online. To this end, cyberbullying should be considered a criminal offence throughout Europe.

We support the updated proposed Directive that will harmonise criminal offenses of child abuse across the EU. Investing in awareness raising is key. It must include children and young people, parents and caregivers, teachers, policymakers and the industry. We must all work together to prevent these heinous crimes.

## *II. **Our Europe believes in a social market economy***

The social market economy is our invention. The EPP's economic model has brought prosperity, jobs and social peace to Europe over the past 75 years. In a changing economic world, Europe is coming under increasing pressure: Europe's share of world GDP has fallen from 20% to 15% while China's has risen from 7% to 19% over the last half century. In addition, out of the top 50 global firms, only 6 are European while 20 are from the US and 13 from China.

We must make our economy fit for new challenges. In response to the COVID pandemic, we launched the NextGenerationEU, the largest stimulus package ever financed in Europe. Now the war in Ukraine, the heinous terrorist attacks of Hamas and the growing instability in the Red Sea put new strains on our growth perspectives. High inflation, energy prices and interest rates are important concerns for our citizens and the EPP will tackle them decisively. To do this, we need a policy that is not clouded by misguided ideology but rather rests on solid factual grounds and social responsibility. We must balance different interests in our economy, society and environment, recognising the challenges of the global economy, climate change and the changing demographic realities on our continent. This is possible only if we work with creative researchers, responsible entrepreneurs and hard-working employees. It requires uncomplicated access to the labour market. It requires civic participation and a thriving civil society. We are creating the right conditions for this without ideological lenses, but close to the people and for them. We want to deliver a tax-friendly and business-supportive Europe

where our productive sectors can compete and thrive, where our workers can obtain a good income and where everyone contributes fairly to society. This is the core of our economic policy.

### ***2.1 Our Europe boosts its economic performance and creates good jobs***

The EPP remains fully committed to the euro, for it deepens the single market and enhances unity. Economic prosperity, ambitious environmental protection and social peace can succeed in Europe only if our economy is also successful worldwide. This is why competitiveness is so crucial. It requires sustained economic performance, economic, social and political stability and sufficient freedom for entrepreneurs encouraged by a clear vision and long-term targets. It also requires fair and good working conditions, a skilled workforce, excellent innovative drive, an efficient, effective and accountable public administration at the service of its citizens and companies and fiscal policies that don't impose additional burdens on them. At the same time, economic growth, competitiveness and the wish to create an attractive market need to also be reflected in European legislation and in concrete means and actions to fight tax evasion and corruption. We have to refrain from tendencies towards over-regulation without considering all three dimensions of sustainability – economic, ecologic and societal.

Above all, Europe's economic performance depends on a successful single market. Since the creation of the single market, the gross domestic product per capita of France, Italy and Germany has doubled while those of Poland and Lithuania have tripled since they joined. We want to lead our single market into a new era by deepening it further and, especially, by creating a genuine digital single market. At the same time, we want to launch a Competitiveness Strategy for Europe that will relaunch the spirit of entrepreneurship. Our small and medium-sized enterprises (SMEs) are the backbone of our economic success and create over 100 million jobs. They need a level playing field across the EU to flourish. We want to establish an EU Competitiveness Check on every new EU policy initiative and a European Advisory Competitiveness Body for our SMEs in particular.

We also need to streamline the existing regulations: we cannot afford to force people to respect over 20 different legal acts on the same topic, such as in the case of the EU's nature restoration law. We must always consider the real concerns of our citizens and businesses, not overwhelm them. Legislation needs to be user-friendly, easy to understand and implementable. Proposed laws that are not adopted by the end of a legislative period expire and may need to be reintroduced if necessary. We will reduce old bureaucracy by introducing a "one in, two out" principle with an overall objective of reducing the regulatory burden by a third through a specific action plan. To this end, there will be a dedicated European Commissioner solely responsible for SME issues and cutting red tape. To facilitate a more efficient use of EU money for projects run by public authorities, the European Commission will promote joint European public procurement for common large-scale purchase of services or goods, when relevant, and with full respect for subsidiarity. To facilitate our businesses, we want to make sure our legislative framework is always up to date. That is why we will introduce a "sunset clause" in EU legislation, where appropriate, so that a law ceases to exist unless further action is required. The European Commission should also periodically check that existing pieces of legislation are not in contradiction with each other and are bringing a real European added value, also taking into account legislation adopted across several policy

domains. Cross-sectoral impacts should be duly assessed, including impacts on European security.

We welcome the appointment of the special SME Envoy and support the Envoy's work to monitor and accompany this process. In parallel, we will pursue a forward-looking European industrial and competition policy that will allow the creation of European champions to compete at global level. We want to challenge our economic competitors, such as China and the US, while defending strategically important European sectors against unfair practices. EU state aid policy must serve strategic sectors of the economy, based on the concept of major projects that are of common European interest. We also want to define a "Made in Europe 2030" strategic plan following the example of the US. The EU has to set up an ambitious common industrial policy. During the past legislature, the EPP has been calling for an economic security strategy – which aims to minimise risks arising from certain economic flows in the context of increased geopolitical tensions and accelerate technological shifts. The EPP has also been at the forefront of urging the creation of new regulations aimed at safeguarding critical infrastructure. We want to further strengthen rules to make sure that strategic infrastructure such as ports, telecommunication and energy facilities as well as our most innovative companies are shielded from takeovers by third countries, notably China. Our general approach towards China is to de-risk, not decouple.

In parallel, we must also increase the innovative drive of our economy by launching an investment plan for European quality jobs, through which we want to invest in research and development, calling on Member States and the EU to reach a combined investment of 4% of GDP with a focus on scientific excellence bringing European added value. Public resources are not sufficient to meet investment needs within the EU. We need to succeed in mobilising more private savings. We will also launch a funding programme to significantly increase the number of women-led start-ups in areas of technological innovation such as AI. To promote a vibrant business environment and competitiveness, we want to improve the supply of fresh capital so that our companies, including SMEs, can continue to invest in the future by having access to deep and liquid capital markets. This requires the completion of a Capital Markets Union and a Banking union, the strengthening of the internal market for financial services as well as a sound and predictable fiscal policy that respects the Maastricht criteria. In addition, growth will be sustainable for us and future generations only through price stability. A sustainable economy also means that young people have a chance to effectively start their lives and build their careers. We will continue to combat youth unemployment, expand Erasmus+, especially to young people living in rural areas, and strengthen Discover EU in order to offer every young European a chance to travel across Europe and to discover our European and national cultures. We believe all workers should benefit from Europe. That is why we want to ensure fair working conditions throughout the EU, including providing a safe and healthy workplace. We need to introduce more limit values for hazardous substances to establish a level playing field for businesses. We need to promote labour mobility with a European Social Security Pass by strengthening the European Labour Authority (ELA) and by addressing challenges concerning the posting of third-country nationals. The ELA has to take the next step to make a real impact for workers and businesses.

### ***2.2 Our Europe creates prosperity with and in the world***

We are the party of free and fair trade. While European interests have always to be at the core of our trade policy, exports are a crucial drive for our economy. More than 30 million jobs in the EU depend on external trade and 90% of global economic growth is expected to be generated outside Europe in the coming years. The EU's trade deficit with China doubled in two years to a record €390 billion in 2022. We need a boost in trade policy, yet we often have to overcome the blockade of left-wing and right-wing populists. Our trade is about securing and expanding our own prosperity as well as safeguarding our strategic sectors and, at the same time, strengthening important economic-partners. A value-led economic policy relies on trade. We need a new smart trade policy in line with our European interests, values and standards based on the principle of reciprocity, especially to safeguard the interests of our farmers and fishers. Our economy will never prosper in a fortress. We want to trade with the entire world but also want to foster a special cooperation with like-minded partners in a Union of Democracies to remain competitive vis-à-vis dominant competitors such as China. The western world must stand together politically and economically. No room should be left to dumping practices of third countries that undermine our efforts to reach strategic autonomy and higher social, environmental, safety or health standards. At the same time, we should intensify our trade relations with Latin America and the Indo-Pacific region with new smart and fair trade agreements. We also need to open a new, more intensive trade partnership with Africa based on public interests, skills development, strengthened prosperity, well-being, self-sufficiency and democracy as well as global dependencies on raw materials and energy. Our de-risking strategy must advance further.

### ***2.3 Our Europe needs energy***

It is not without reason that coal and steel were the foundations of European integration. Our Europe has always relied on shared energy. Today, with the consequences of the Russian war of aggression in Ukraine and the systemic competition with China, this is all the more important. We will invest more in the development of electricity and gas network interconnections between EU Member States in order to create a more united and efficient Energy Union. We will encourage investments to integrate further the European electricity and gas market to ensure lower prices for European citizens and our businesses. We want a European Energy Union that will lead us into a carbon-neutral and environmentally-friendly future. Member States decide on their specific energy mix. An open and neutral technology approach as guiding principle is a driver for innovation. We do not need a prohibitive Europe but instead an innovative Europe that places the economic, financial and social needs of its citizens at the centre of the future energy supply. We also need to better align our energy transition with local conditions. For example, in the area of energy-efficient home renovations, we will better align investments to help households cope with rising prices and renovation requirements in the next years. We need a strong EU financial arm to back up our net-zero industrial and green ambitions for Europe to be able to compete globally, and to make sure this economic transformation leaves no one behind. At the same time, Europe needs more drive and energy when it comes to its future resources. For example, Europe will need 60 times more lithium for a sustainable battery supply in 2050 than it does today. This necessitates further efforts to advance battery technology and battery recycling as well as efforts to reduce the overall consumption of energy. Resources are increasingly pivotal in

economic competition since, without them, innovation is impossible. Global technological leadership in the field of e-mobility will not succeed without rare earth elements from Africa, Latin America and Asia. We will promote a common European resource strategy for future innovations, identifying the existing resources worldwide and using them in Europe while promoting diversification to avoid dependencies from third countries. We will not allow Europe to be heavily reliant on Putin's or any other autocrat's resources in the future.

The Russian war of aggression against Ukraine and our former dependency on Russian fossil fuels have taught us some lessons: clean energy is not only good for the planet but also for our security. As we are moving away from fossil fuels, by develop a roadmap towards a resilient energy system with the phasing out of fossil fuels together with Member States, towards an electrification and automation of our economy, we need enormous amounts of clean energy and greater energy efficiency. We have fast-tracked the permitting procedures to really get the scale. We have reformed our electricity market to give priority to renewables and give long-term contracts and improve investment conditions. We are using EU funds – REPowerEU - to mobilise close to €300 billion in resources. And we are strengthening the clean-tech energy basis in Europe. Low-carbon energy has an important role in the transition to clean energy. We are lowering the marginal cost of energy throughout our economy. We are developing the home market for our clean-tech industries. We are decarbonising and revitalising our energy-intensive industries to sell clean products worldwide. Thus, we are increasing our energy independence and overall sovereignty and resilience.

As the backbone that connects European citizens and business, transport matters to us all. We have no time to lose in preparing it for the future. New technologies have the potential to revolutionise the way we move, making our mobility smarter, more efficient and more sustainable. We need more technology – not bans!

The EPP advocates a technology-neutral approach to developing alternative fuels, hydrogen technologies, and new power trains for vehicles, aircraft and vessels. We support new sustainable liquid fuels since they can be used with the current refuelling infrastructures and supply chains. At the same time, we will concentrate our efforts on streamlining the completion and development of the new Trans-European Transport Network (TEN-T) infrastructures, which are crucial for structuring our European territory and enhancing the efficiency of the European single market.

#### ***2.4 Our Europe prospers and protects people and the planet***

Europe has a leading role to play in global climate protection. Our hallmark is the European Green Deal. The European Green Deal was born out of the necessity to protect people and the planet. But it was also designed as an opportunity to build our future prosperity. In 2022, for instance, greenhouse gas emissions in Europe decreased by roughly 2.5%, while the economy increased by 3.5%. We have successfully reduced our emissions while growing our economy. European businesses are developing new technologies and solutions. What they need to scale up is, predictability, to plan their investments. And this is what the European Green Deal is delivering.

Four years ago, we set a long-term perspective with the climate law and the 2050 target. We shifted the climate agenda to being an economic one. This has given a clear sense of direction for investment and innovation and a clear steer for Europe to become the first climate-neutral continent by 2050. As we enter the next phase of the European Green Deal, the phase of implementation, we will keep supporting European industry throughout this transition - from the Net-Zero Industry Act to the Critical Raw Materials Act. With our Industry Strategy, we are looking at the risks to and needs of each ecosystem in this transition. The core aim will be to support every sector in building its business model for the decarbonisation of industry. Because we believe that this transition is essential for our future competitiveness in Europe. From wind to steel, from batteries to electric vehicles, our ambition is crystal clear: the future of our clean tech industry has to be made in Europe.

To achieve our ambitious goals, we must make climate policy go hand in hand with our economy and society. Because we know that, without climate protection, our economy cannot remain competitive in the long term but that, without a competitive economy, there can be no sustainable climate protection either. The Green Deal for us is not a new ideology as advocated by the Greens or the Socialists, it is the hallmark of the more prosperous, innovative, competitive and sustainable Europe that the EPP envisions. We are clearly committed to the 55% emissions-reduction target and the goal of climate neutrality by 2050. Europe must not de-industrialise on this ambitious path but, on the contrary, must show the world that the carbon-neutral transformation can be achieved successfully through our businesses. It is important to support our companies - especially SMEs, farmers and fishers - financially in the transition and to find the best solutions for reducing global emissions. We will achieve the best solutions only if we use all technological possibilities without any prejudice or ideology. We defend the principle of technological neutrality as well as a policy built on creating incentives for businesses and industry. The EU can set targets for reducing greenhouse gas emissions, but it must leave room for private, local and industrial players to find appropriate technological solutions. We regard a policy of positive incentives much more effective. We are in favour of technological openness in the economy, energy and climate protection. Engineers, not politicians, together with the market should be deciding on the best technology in order to achieve carbon neutrality. We rely on innovative concepts and market-based instruments for climate protection such as emissions trading, expansion of renewable and other low-carbon energies and a circular economy, including circular bio-economy. We want to further develop the Green Deal. We will always take the interests of our citizens and our entrepreneurs fully into account. All low-carbon energies are a key factor for successful climate protection. To make Europe's energy secure and sovereign, we are creating an Energy Union. We want to strengthen the internal market for energy, build cross-border infrastructure and strengthen Europe as an energy location with research. For example, we need a rapid ramp-up of international hydrogen production, creating the conditions to enable a functioning transport infrastructure, as already provided for in the EU hydrogen strategy. We want to intensify research in the fields of energy, climate and materials and promote Europe as a research centre for innovative energy technologies, with a special focus on nuclear fusion.

To keep our policies ambitious but also realistic, we intend to give greater consideration to the needs of cities and regions when preparing environmental, energy and climate strategies and their funding. At the same time, we will promote a circular economy in order to utilise raw materials responsibly, establish a CO2 circular economy throughout Europe and promote sustainable companies, especially SMEs. We also aim to unlock investment in innovation for

clean technologies with an investment plan for European jobs. We want strong support for clean tech and more strategic sovereignty in the field of future technologies. We will strengthen the European waste reduction strategy and the European plastics strategy, especially with regard to microplastics. We will implement a strategy for water and air quality at the European level and tackle the issue of per- and polyfluoroalkyl substances (PFAS). Climate protection is a common European challenge. We want the EU to become responsible for concluding international environmental agreements for the entire EU.

### ***2.5 Our Europe boosts living standards in every region***

We want to turn brain drain into brain gain. We will create opportunities for young people to allow families to remain together. Sometimes Europeans have no other option than to leave their country and their loved ones behind to find good opportunities. In Europe, no family should be forced to be divided: we must put a stop to brain drain by providing good opportunities in every region through our cohesion, economic and innovation policies. We want to set up a “Brain Gain” action plan for the whole of Europe that offers young people the chance to return to their home country from abroad and within Europe. Europe is our home and Europe cares about our homes.

Europe will be united only if cities and rural areas act as one and their interests are taken into account equally. And our political family already does so: not only is the EPP the most represented political force within the European Commission and European Council, it is also largely represented on the ground, at local and regional level, more than any other party in Europe. Through structural and cohesion policies, for example, we will focus on closing the gap between rural and urban areas. There should be no first and second-class citizens. We want to close economic, social and territorial disparities.

Regional and local budgets play a prominent part in supporting the national contributions to the EU budget and in co-financing EU projects implemented in regions and cities. Therefore, we have to elevate the needs of our regions and local communities when discussing the EU budget. Cohesion policy has a highly positive impact on the single market. It should remain strongly supported in the EU budget, but with simplified rules and with the direct involvement of regional and local authorities in the design and implementation of programmes. We want to improve the subsidiarity check also by assessing the territorial impact of all new EU legislation. We will promote a European plan for rural areas, including vulnerable areas near the EU external border that have suffered from the consequences of Russian aggression and to strengthen the EU strategy for Outermost Regions. At the same time, we need to develop modern infrastructure so that people can easily connect and data and products are accessible everywhere in Europe. To this end, we want to accelerate investments in R&D and digital infrastructure, in line with our industrial policy. We need to speed up funding procedures for the next generation of innovators, students and civil society all over Europe. We want to ensure that innovation capacities, access to connectivity, online tools and technologies that support education, research and business are available to all citizens, including in rural and remote areas, taking into special consideration the challenges faced by outermost regions. A good regional policy, especially in economic terms, is the best response to demographic change. We want a new pact for intergenerational fairness, making sure our choices today do not burden the generations of tomorrow, including a youth and elderly proof check of all EU

legislation. At the same time, labour mobility remains a cornerstone of a functioning internal market and of a long-term growth that boosts employment and careers for the people.

### ***2.6 Our Europe wants to lead in digitalisation and human-centred AI***

Innovation improves people's lives. Against the advances of China and the US, Europe has a globally competitive advantage: our common values, the social market economy and political stability. As Christian Democrats and the Centre Right, we put the people at the centre. When we combine values and innovation, we can shape the future of our European way of life and create jobs. Placing our citizens in the centre of our innovation policy means pooling our resources to find the best solutions for everyone. AI, biomedicine, robotics and visualisation can, in combination with the right human know-how and sensible regulation, create a better world. We want to put these technologies at the service of the people by making seniors more independent and advancing research to find solutions in sensitive areas, for example novel prevention strategies and treatments in health, better counter climate change, avoid environmental disasters, improve mobility and make construction works more efficient and safer. Non-digital services should remain accessible for people without easy digital access, especially for the elderly. However, Europe needs to regain its ambition.

Today, we are investing only half as much in AI as the US. European companies are allocating a smaller proportion of their earnings to R&D than their North American counterparts, a shortfall of around €147 billion between 2017 and 2022. Especially in established economies such as Europe, economic growth and future prosperity can be achieved only with innovation and a technological edge. Data, digital infrastructure and technological expertise are the new gold of an economy. We want to encourage a digital awakening in the coming years and pursue a five-point plan for this by firstly expanding a European digital network across Europe for 5G and 6G together with the Member States. Secondly, the EU must be a leading force in AI. We want to enable, develop and utilise AI, not contain it or hinder it through over-regulation. We want to support research and the development of applications and provide freedom. We must readjust our data protection to the requirements of the digital world. Thirdly, we want to ensure that AI lives up to ethical standards while supporting innovation and new technologies, harnessing the power of AI to create quality jobs and a better life for our people. Fundamental rights in the digital world must be respected. We will do so by updating the EU charter of fundamental rights in light of the digital revolution. Fourthly, we want to establish a real innovation union for future technologies by backing European pilot line infrastructure for semiconductor innovations better connecting scientific expertise and creating, for example, scientific centres of excellence such as a CERN for AI and an EU research-computing centre to simplify the exchange and data across Europe. Finally, all of this requires sufficient funding.

### ***2.7 Our Europe stands by our farmers and fishers to ensure the production of healthy and affordable food for all***

European agriculture and the Common Agricultural Policy meet the high expectations of society, in particular with regard to food supply, high food quality and safety, protection of natural resources, animal welfare and, last but not least, fair product prices for consumers. Food security is not a luxury but a fundamental necessity. The EPP has always stood by farmers

and fishers, particularly when living costs are rising for our citizens and food security and availability are on the line due to the many global challenges. Farming and fisheries are two strategic sectors for Europe. Farmers and their businesses make the face of our rural Europe unique. We are proud of them and stand by their side. Rural areas are not the periphery but the heart of Europe. By 2040, the EU might lose an additional 6.4 million farms, a staggering decrease of over 60% compared to 2016! We want farmers in Europe to have a future and stand for dialogue instead of top-down approaches. This is the only way to secure our unique cultural landscapes and our food supply in the long term. Climate protection, biodiversity and sustainable landscape conservation can be achieved only with and not against farmers. Protecting biodiversity and precious resources such as water, air and forests is our insurance for the future. We want to strengthen Europe's resilience to droughts, which jeopardise our farmers' jobs and our food security, with a European Resilience Scoreboard to better prevent natural disasters and make regions, cities and villages more resilient in agriculture and food production, and with a European plan for water use, reuse and storage. Climate adaptation and sustainable management are core European tasks. To this end, we want to find examples of best practices, particularly in coastal and flood protection measures.

In recent years, fishers have faced successive crises derived from the impact of Brexit, COVID and the war in Ukraine, with the rise in fuel prices. They also face important challenges such as climate change, the decarbonisation of the fleet and the problem of generational renewal. We are also in favour of a reform to the Common Fisheries Policy (CFP) so that it also takes into account the need to face these and other challenges. Fisheries and aquaculture are strategic sectors. The EPP stands for creating a stand-alone portfolio on fisheries in the next European Commission. If that were not possible, the fishing responsibilities should be assumed by the Commissioner for Agriculture and Fisheries, as was the case in the past.

Our fisheries are crucial to ensuring quality supply and reducing dependency on imports. We should focus on developing legislation and financing instruments that strongly back the fisheries sector in its transition towards a more sustainable catch. Monitoring and reporting of fishing activities may be necessary, but the administrative burden should be reduced and rationalised.

The CAP 2028-2034 must have a stronger economic pillar and direct payments should serve to secure basic agricultural incomes and offer protection in volatile markets. It must enable a strong and competitive agricultural sector and provide a genuine reward for the diverse services provided by agriculture. In addition, we must make sure that the CAP funding is distributed fairly both among and within Member States. Flexibility should be a key factor for the new CAP in order to guarantee producers' incomes. European farmers produce the highest standards in the world and these standards must be designed in a way that maintains the competitiveness of European agriculture worldwide. We also consider that adequate and additional funding is necessary to facilitate our farmers' environmental efforts, incentivise them to operate more sustainable and help them face the consequences of climate change. We focus on promoting modern and sustainable agricultural practices and high-tech in agriculture. We want a European moon-shot for precision agriculture, integrated pest management, closing the nutrients cycle, and the use of robotics. Especially in agriculture and fisheries, the ambitious goals should be solved with technological innovations, not with bans. Rural development should continue to serve as a stimulus for agriculture and the population in rural areas and ensure vital rural areas, including via better rural-urban synergies in terms of interconnected public services and boosting of local economy and local jobs. Particular

attention should be paid to supporting disadvantaged rural areas, public research and innovation to develop alternatives to plant protection products. We want to accelerate the take-up of new biotechnologies in agriculture as they can be effective tools against climate-related risks. For us, agriculture and fisheries are sectors of the future and we want the younger generation to be passionate about these professions. Together with Member States, we want to ensure that young people who choose agriculture have access to land. We oppose excessive requirements and additional burdens for our farmers. And we have to further develop the European Green Deal by a better consideration of the interests of consumers and farmers. This applies in particular to issues such as new rules on the sustainable use of plant protection products (SUR) and unnecessary bureaucracy. Furthermore, a review of Natura 2000 legislation is needed, enabling Member States to more effectively protect nature and make it more resilient.

Large carnivores represent an increasing threat to farmers and livestock breeders and endanger traditional pastoralism throughout Europe. Therefore, we need new rules for the management of large carnivore populations, especially wolves and brown bears, including culling when densities reach unsustainable levels. Forests and the entire forest-based value chain are a crucial part of rural areas. Forests provide jobs, ensure economic welfare, store carbon, offer health-benefits and combat desertification. We believe the best know-how for sustainable forest management lies within the Member States., Therefore, we respect the Member States' competences on forest-related legislation.

### ***III. Our Europe believes in our European way of life***

The EPP is the party of the European way of life. We combine tradition and progress and believe in a united Europe in diversity. Europe is more than an economic project rooted in cultural richness and diverse traditions, but this does not tie us to the past. On the contrary: our values show us the way into the future and we commit to promoting democratic values via education and culture.

#### ***3.1 Our Europe defends our European social model***

Our quality of life depends on social peace. The future of Europe will be built with and by our social partners. Social dialogue is a core feature of our European social market economy and is key to decent working conditions and economic prosperity. We are proud of our European social model, where everyone enjoys health insurance and high-quality public and social services, where workers have their rights protected and where there is balance between social interests and market rules. However, social balance is not achieved effortlessly but must be sensitively reached to ensure it is balanced and fair. The European Pillar of Social Rights has been the reference point for building a strong social Europe. While it is in the hands of the Member States to run the national welfare state, it is Europe that can contribute to the conditions for economic growth and prosperity to finance them. We are fighting for equal opportunities for women in the labour market. We want to ensure that men and women receive equal pay for equal work. We also want to create a European Workers' Guarantee for the Digital Market to ensure the rights of workers and the self-employed in the digital age, for instance in the gig economy, while respecting the competences of Member States and

empowering social partners. We want to ensure quality jobs and fair wages across Europe and enhance collective bargaining. The fight against precarious working conditions, both at national level and across our borders to protect our workers from illegal working practices, is crucial for a well-functioning single market. Today's work models must allow parents to find the right balance between their professional careers and family duties through greater use of teleworking, for example. For us, however, a true social policy is not about setting the highest social benefits and standards at EU level but about consistently guiding the economic and financial policy in such a way that there will continue to be efficient social systems that support people in all our Member States in the future. We reject a sprawling EU social bureaucracy. It is not without reason that Christian social teaching has enshrined and promoted the principle of subsidiarity. Especially in times of digital, climate-neutral and demographic transformations, our social systems are already facing enormous challenges. They do not need too many regulations from Brussels but rather a flourishing and fair economy. A fair Europe must take into account lower and middle class households. The cost of living crisis threatening many households, young and old, has led to an erosion of the middle class and a growing number of people losing out in the single market. This has a negative impact on our societies and our economies. The heroes of everyday life must also be rewarded in the tax systems of the Member States.

### ***3.2 Our Europe preserve our democracy, traditions, cultural richness and diversity***

We are proud of our European way of life. We want to preserve our regional and national identities as well as our common European one. In Europe, we know that our differences, but also what we have in common, make us stronger.

We want to preserve our cultural heritage, which our community, civilisation and European integration processes are based on, the different characteristics as well as what unites us, in a Digital Museum of European Culture that digitally connects the most important museums. We will assess the possibility of creating a European Cultural Heritage Fund. We commit to promoting our rich cultural heritage, which will also contribute to boost tourism in the EU, a sector that was heavily hit by the COVID pandemic. As a response, the EPP led the key EU initiatives, notably the EU Digital COVID Certificate. Within the limits of EU competences, the EPP remains committed to bolstering the tourism sector.

Europe is diverse and nuanced but we have a shared Judeo-Christian culture and heritage. We also share the heritage of Humanism and of the Enlightenment. In the EU, we respect the freedom of belief and conscience and thus the freedom of religion. We must protect our European way of life by preserving our Christian values and our fundamental principles. Democracy, human dignity, fundamental rights, including rights of minorities and of the most vulnerable, freedom, equality, equal rights for women and men, solidarity, the rule of law, justice, pluralism and tolerance towards those who live a different way: these are the principles at the core of European civilisation.

Over the past years, the EPP has been the leading defender of the rule of law in the EU, making it clear that our community is based on values and that these must be respected, notably EU fundamental values. Countries that join the EU have voluntarily signed up to these values and there should therefore be consequences for serious and systemic breaches of the rule of law. The mechanism provided in the treaty has clearly failed to serve its purpose, whether as a

deterrent or as an adequate sanction mechanism. This is why the EPP secured the approval of a new Rule-of-Law conditionality mechanism that ensures that EU funds would stop flowing into governments that breach the rule of law. The EU is not a cash-cow and governments that do not subscribe to our common values cannot expect to benefit from EU funds.

The EPP is strongly committed to remaining the leading defender of the rule of law so that all citizens in all Member States can feel equally protected from those who attack our values, including their own governments. The EPP will ensure that the Rule-of-Law mechanism is not only applied in a fair and non-partisan manner but that it is refined to ensure its adequacy and effectiveness.

We will preserve our common traditions and convictions, our cultural richness and our linguistic diversity represented by traditional national minorities. We continue the fight against all forms of discrimination, opposing racism, intolerance, violence, hate crime and anti-Semitism as well as protecting LGBTQ+ rights and those of minorities. We stand for religious freedom. We will advocate an EU foreign policy that makes it very clear that those who persecute Christians can neither do good business nor have good relations with Europe.

Our national identity is open but not for sale. We invite legal migrants who live with us to become part of our community by integrating themselves and by learning our languages and our values, but we fight the sale of EU citizenship. Selling EU citizenship to the highest bidder is a direct threat to our security as it leaves Europe to the influence of every oligarch and kleptocrat who can afford it. We will not allow them to undermine the meaning of our citizenship. We want to protect citizens and our democracy against fake news and foreign interference, including by strengthening citizens' resilience, particularly in education, as well as ensure access to quality information. To this end, we want social media platforms to take more responsibility in the fight against misinformation and, in cooperation with journalists' organisations, strengthen fact-checking. Not being able to tell what is real and what is fake is one of the biggest threats to our democracy and to the stability of our communities. Putin's attempts to rewrite history and to distract from his crimes by spreading lies must be prevented and unequivocally condemned. We have to ensure a strong resilience of our citizens against any form of propaganda from the Kremlin or against any other foreign interference.

### ***3.3 Our Europe takes care of our families and those most in need in society***

We believe in a Europe of solidarity that works together, includes everyone, offers the best conditions to everyone for starting a family and ensures that older people can enjoy longevity with dignity. Our Europe does not take care of everything itself but leaves no one behind. Our families are our roots, our home, and our anchors. They are the pillar of our European way of life. In times of crisis, young Europeans, parents and grandparents have supported each other. Family ties are the backbone of our community and we want to preserve them. We will defend European social standards, raise living standards to strengthen families and fight child poverty. At the same time, job insecurity, the inability to afford a house and uncertainty about the future all too often discourage young Europeans from creating a family. In the EU, on average, only one in four households has children. We want Europe to be a safe home where new families can grow. We are committed to a Europe-wide parental leave so that young parents can be with their newborn children and experience the first steps of parenthood together and later be easily reintroduced into professional life with measures such as accessible house

ownership and child-care as well as ensuring better quality of public services. We will protect family values and respect subsidiarity. Family law must remain in the hands of the Member States because family life must be supported at a level that is closer to the citizen.

Our Europe is a society driven by intergenerational connections and fairness. A society where all ages - young citizens, parents, families, singles and older citizens – can thrive. Intergenerational solidarity is a cornerstone for our society, which supports exchanges across generations, including by volunteering.

#### ***3.4 Our Europe is a Europe for citizens of all ages***

Demographic change will be a huge challenge in the coming legislative period. Strategic questions related to the labour market, innovation, healthcare and regional disparities will have to be tackled. For this reason, the importance of this issue should also be reflected in the organisational structure of the future by an important portfolio and sufficient resources. The impact of demographic change requires collaborative efforts across different levels of government. The EU can play a supportive and encouraging role here, including by means of appropriate structures and financial support. The EU has to play a supportive and encouraging role here. For this reason, a Commission Vice-President will continue to be responsible for this cross-cutting task and will be supported by appropriate instruments, for example a coordinating agency within the existing structures.

An ageing society presents challenges, but we also see many opportunities. In an ageing society, we will underpin active and healthy ageing for all generations and further develop the "silver", longevity economy. Seniors are increasingly shaping our economies and starting businesses. We want to create the conditions for older people to be able to develop economically by capitalising on the longevity dividend and on their know-how and experience. We want to move from an ageing to a longevity society by empowering older citizens. Entire and equal involvement of older persons who want to stay active on the labour market and in political activities, access to culture, justice, life-long learning, and digital literacy and financial must be ensured. Empowering people so that they are confident in managing their personal finances is key. We want to ensure a focus on financial literacy, in a digital era, to strengthen our families and our society. In an increasingly digitalised financial landscape, we must also ensure citizens' choice between the use digital means or cash and the accessibility of financial services for older people. In addition, we want to invest in age-friendly, innovative and truly intergenerational cities and regions.

A key task will be to strengthen the European Care Strategy and to implement solutions for affordable long-term care for the elderly and other vulnerable individuals in all communities and to implement a European Disability Card so that the rights of those affected are recognised and acknowledged throughout Europe. We are in favour of establishing a European Guarantee for older citizens to ensure social inclusion and their full participation in society and the economy. We are all ageing and we care. Europe cares.

#### ***3.5 Our Europe improves people's lives through innovation in health***

As Christian Democrats, we always put the well-being of the person at the centre of our actions. We are the political force that placed health high on the European political agenda in past years by delivering a concrete European Beating Cancer Plan that foresees funding of €4 billion. This is because we know that health issues transcend national borders. We want accessible quality healthcare for all citizens, irrespective of socio-economic status or where they come from. Reducing health inequalities should be the core mission of the EU. For this purpose, it is crucial to eliminate the pay gap to stop the drain of health professionals from some European regions, especially in rural areas.

We want to create a true European Health Union to be prepared and equipped to deal with cross-border threats, improve the resilience of our health systems and their interoperability, train the best doctors and nurses, diversify our supply chains and create strategic inventories to prevent medicine and medical devices shortages, making them accessible to every citizen. We also want to become the world leader in medical research and pharmaceutical innovation while increasing access to clinical trials, especially to fight rare child diseases such as cancer that do not get enough funding for research. We want to double the EU's research budget for the period 2024-2027 while setting a target of 4% of European GDP devoted to research and innovation by 2030.

We want Europe to become the innovation hub of the world in the health sector, harnessing the potential of big data and AI to make the technological discoveries of the future, just as we developed the COVID-19 vaccine with the mRNA technology in record time. Europe must once again become the laboratory of the world where evidence-based politics and regulations enable the development of the best innovations and medicine. While ensuring the full implementation of the Beating Cancer Plan, we want to take the next step and develop a European plan to address Alzheimer's disease, dementia and Parkinson's disease. We will launch a European Cardiovascular Health Plan, as cardiovascular disease is the biggest killer in the EU. This plan should include a European Knowledge Centre and promote a Joint cardiovascular and diabetes health check, as 85% of the people living with diabetes die from cardiovascular disease. In light of our ageing society, investment in healthy longevity is the best way to alleviate the burden of ageing on budgets and to make our longer lives also healthier.

We know that physical well-being is not all there is to health. Mental health is equally important as Europeans increasingly call for affordable and accessible quality psychological support. That is why we are committed to launching an EU Action Plan for Mental Health to ensure all Europeans in need have access to the appropriate psychological aid while eliminating the stigma often associated with mental illness.

### ***3.6 Our Europe is fit for new challenges***

Our Europe concentrates on the essentials, never loses sight of the big picture and always fights for what is important. Many Socialists were initially sceptical about European unification, the Greens even tried to legally prevent the introduction of the single market and some liberals caused serious damage to a democratic Europe at a decisive moment, not to mention the right-wing populists who want to destroy our Europe today. We as the EPP stand for a strong and effective EU that we will successfully lead into the future.

In order to tackle the enormous challenges in a world in turmoil, the EU must also improve its institutions. We want to make the EU more capable of acting, more efficient, stronger and more democratic. At the same time, the Member States will continue to have the right to decide which competences the EU should have and which ones could possibly be transferred back. To this end, we want to have a European convention in the coming years to discuss and decide on possible improvements to the Treaties. We will also keep developing strategies to improve the proximity of the EU to its citizens, involving civil society in this process.

We stand by the EU's accession promises and a forward-looking enlargement strategy for Ukraine, the Western Balkans, Moldova and Georgia. Every candidate country must also be ready for membership. We should take intermediate steps and closer cooperation in the meantime to put candidates in the best position to join.

We consider that all candidate countries shall be bound by the same rules on the way to full membership. We do not want an endless process, but all accession criteria (Copenhagen criteria) must be clearly met for the EU to enlarge. Any decision must be based on concrete results provided by candidate countries. We evaluate each candidate on the basis of merit, respect of democratic institutions, the rule of law and the protection of human rights as well as good neighbourly relations with all EU Member States. These are the minimum prerequisites for every state that has the aspiration of joining the EU.

While acknowledging that the current political situation in Turkey rules out the possibility of Turkey's accession to the EU, we believe that an upgrade of the existing customs union and visa facilitation could pave the way to its European vocation and serve as a signal to a renewed and positive EU-Turkey partnership.

We have been standing by Belarusians in their fight for democracy and freedom for years and we will keep supporting the people of Belarus and their democratic leaders in their fight against Lukashenka's regime. Once the democratic breakthrough happens, Belarus should also be able to enter the European path of peace and prosperity.

#### **IV. Let's build Europe together**

Europe is our home. We, Europeans, have a long history of standing together. From the devastation caused by authoritarian regimes, we rolled up our sleeves, rebuilt our freedom and united Europe. Together, we have made our incredible success possible. But nothing is perfect and everything can be improved. And that's what the next European elections are about - what Europe will look like in 2030. As the EPP, we have a clear vision of what Europe should look like in 2030. We want more unity, security and prosperity. To get there, we need values and leadership. This is what the EPP, under the leadership of European Commission President Ursula von der Leyen, the EPP Commission Vice-Presidents and Commissioners, the EPP Group in the European Parliament and the EPP members of the Council, has shown over the past five years. EPP leadership has united Europe by forging a common vaccine, a common economic recovery and common sanctions against Russia and by giving hope to Ukraine together. We build bridges where others only create divisions. We have a plan for a Europe that takes responsibility for all citizens, our economies, our families, our women, our youth and our elderly. For a Europe that safeguards our planet, competes boldly in the world,

protects its citizens and always puts people first. **Let's make Europe a safe and good home for the people!**



Rue du Commerce 10  
1000 Brussels  
**T** +32-2-2854140  
**E** connect@epp.eu

**If you have any question you  
would like to ask please contact us.**

### Anhang 3: Zusammenfassung der qualitativen Inhaltsanalyse

(Basis- Datenbank auf GitHub/ <https://github.com/Mawe1502/Bachelorarbeit-Dateien-Wellstein-Marie>)

#### Alle Beiträge nach Ländern, Kanälen und SozM:

Land	Partei/ Spitzenkandidat	Facebook	Instagram	X	Anzahl Beiträge gesamt
Deutschland	CDU	50	52	22	124
	Manfred Weber	49	63	54	166
Frankreich	Les Républicains	8	12	42	62
	Francois- Xavier Bellamy	67	41	102	210
Schweden	Kristdemokraterna	28	31	4	63
	Alice Teodorescue	27	5	32	64
Spanien	Partido Popular	94	52	156	302
	Dolors Montserrat	3	10	23	36
<b>Gesamt</b>		<b>326</b>	<b>266</b>	<b>435</b>	<b>1027</b>

#### Ranking Kanäle nach SozM:

	Facebook	Instagram	X	Gesamt
<b>1</b>	Partido Popular	Manfred Weber	Partido Popular	Partido Popular
<b>2</b>	Francois-Xavier Bellamy	CDU	Francois- Xavier Bellamy	Francois-Xavier Bellamy
<b>3</b>	CDU	Partido Popular	Manfred Weber	Manfred Weber
<b>4</b>	Manfred Weber	Francois- Xavier Bellamy	Les Républicains	CDU
<b>5</b>	Kristdemokraterna	Kristdemokraterna	Alice Teodorescue	Alice Teodorescue
<b>6</b>	Alice Teodorescue	Les Républicains	Dolors Montserrat	Kristdemokraterna
<b>7</b>	Les Républicains	Dolors Montserrat	CDU	Les Républicains
<b>8</b>	Dolors Montserrat	Alice Teodorescue	Kristdemokraterna	Dolors Montserrat

<b>Gesamtauswertung/ alle Kandidaten und Parteien</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
<b>K Außenpolitik</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>55</b>	<b>148</b>
SK Ukraine	22	18	24	<b>64</b>
SK Verteidigung	41	39	42	<b>122</b>
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	15	10	13	<b>38</b>
<b>K Asyl &amp; Migration</b>	<b>32</b>	<b>13</b>	<b>35</b>	<b>80</b>
SK Schutz gegen illegale Migration	24	12	31	<b>67</b>
SK Asyl	13	5	13	<b>31</b>
SK Arbeitsmigration	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>24</b>
<b>K Soziales</b>	<b>98</b>	<b>82</b>	<b>102</b>	<b>282</b>
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	41	35	44	<b>120</b>
SK Sozialstaat	57	44	60	<b>161</b>
SK Gesundheit	15	11	14	<b>40</b>
<b>K Klima &amp; Umwelt</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>41</b>	<b>92</b>
SK Klimaschutz	21	16	19	<b>56</b>
SK Energiepolitik	26	14	36	<b>76</b>
<b>K Wirtschaft</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>37</b>	<b>106</b>
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	10	8	7	<b>25</b>
SK Abbau der Bürokratie	10	7	7	<b>24</b>
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	1	0	1	<b>2</b>
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	7	6	4	<b>17</b>
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	19	6	21	<b>46</b>
Sk Handelspolitik	9	8	8	<b>25</b>
<b>K Digitalisierung</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	5	4	2	<b>11</b>
<b>K Angriffsstrategie</b>	<b>88</b>	<b>46</b>	<b>159</b>	<b>293</b>
<b>K Persoanlisierungsstrategie</b>	<b>17</b>	<b>30</b>	<b>19</b>	<b>66</b>

<b>Deutschland/ Weber</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
K Außenpolitik	11	15	12	38
SK Ukraine	5	6	5	16
SK Verteidigung	11	13	11	35
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	0	0	0	0
K Asyl & Migration	1	5	6	12
SK Schutz gegen illegale Migration	1	5	6	12
SK Asyl	0	0	3	3
SK Arbeitsmigration	0	0	0	0
K Soziales	10	20	12	42
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	7	14	8	29
SK Sozialstaat	3	5	5	13
SK Gesundheit	0	2	1	3
K Klima & Umwelt	4	3	4	11
SK Klimaschutz	2	2	3	7
SK Energiepolitik	4	3	2	9
K Wirtschaft	10	7	10	27
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	2	2	2	6
SK Abbau der Bürokratie	3	2	3	8
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	0	0	0	0
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	1	0	1	2
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	6	4	5	15
Sk Handelspolitik	3	2	4	9
K Digitalisierung	2	1	2	5
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	2	1	2	5
K Angriffsstrategie	1	2	1	4
K Personalisierungsstrategie	4	7	3	14

<b>Deutschland/ CDU</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
K Außenpolitik	14	15	7	36
SK Ukraine	4	6	1	11
SK Verteidigung	14	14	7	35
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	0	0	0	0
K Asyl & Migration	7	4	3	14
SK Schutz gegen illegale Migration	3	4	1	8
SK Asyl	2	2	0	4
SK Arbeitsmigration	7	5	2	14
K Soziales	21	22	7	50
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	10	10	3	23
SK Sozialstaat	13	14	4	31
SK Gesundheit	0	0	0	0
K Klima & Umwelt	2	4	3	9
SK Klimaschutz	2	4	2	8
SK Energiepolitik	2	4	3	9
K Wirtschaft	13	11	4	28
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	6	5	3	14
SK Abbau der Bürokratie	1	1	0	2
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	1	0	1	2
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	6	5	2	13
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	0	0	0	0
Sk Handelspolitik	3	3	0	6
K Digitalisierung	3	3	0	6
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	3	3	0	6
K Angriffsstrategie	1	2	1	4
K Personalisierungsstrategie	1	2	0	3

<b>Schweden/ Kristdemokraterna</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
<b>K Außenpolitik</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
SK Ukraine	2	3	2	7
SK Verteidigung	2	3	2	7
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	4	4	0	8
<b>K Asyl &amp; Migration</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
SK Schutz gegen illegale Migration	2	1	1	4
SK Asyl	2	2	1	5
SK Arbeitsmigration	1	1	1	3
<b>K Soziales</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>27</b>
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	4	4	0	8
SK Sozialstaat	6	7	0	13
SK Gesundheit	3	5	0	8
<b>K Klima &amp; Umwelt</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
SK Klimaschutz	0	0	0	0
SK Energiepolitik	1	1	0	2
<b>K Wirtschaft</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>9</b>
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	0	0	0	0
SK Abbau der Bürokratie	2	3	0	5
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	0	0	0	0
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	0	0	0	0
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	0	0	0	0
Sk Handelspolitik	2	2	0	4
<b>K Digitalisierung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	0	0	0	0
<b>K Angriffsstrategie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>K Personalisierungsstrategie</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

<b>Schweden/ Teodorecue</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
<b>K Außenpolitik</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>11</b>
SK Ukraine	4	0	6	10
SK Verteidigung	3	0	4	7
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	6	0	5	11
<b>K Asyl &amp; Migration</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>16</b>
SK Schutz gegen illegale Migration	6	1	7	14
SK Asyl	2	0	2	4
SK Arbeitsmigration	1	0	1	2
<b>K Soziales</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>20</b>
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	4	0	6	10
SK Sozialstaat	8	0	8	16
SK Gesundheit	2	0	0	2
<b>K Klima &amp; Umwelt</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
SK Klimaschutz	0	2	0	2
SK Energiepolitik	0	1	0	1
<b>K Wirtschaft</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	0	0	0	0
SK Abbau der Bürokratie	0	0	0	0
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	0	0	0	0
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	0	1	0	1
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	0	0	0	0
Sk Handelspolitik	0	1	0	1
<b>K Digitalisierung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	0	0	0	0
<b>K Angriffsstrategie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>K Persoanlisierungsstrategie</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

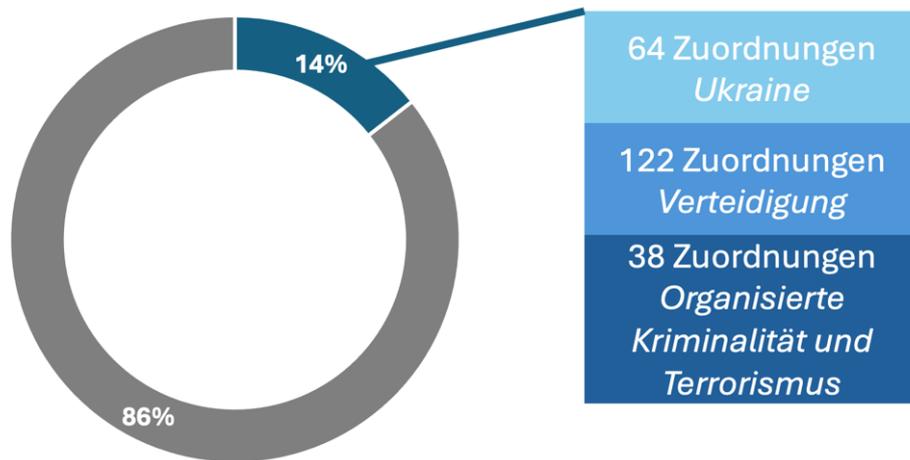
<b>Spanien/ Partido Popular</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
K Außenpolitik	1	2	1	4
SK Ukraine	1	1	1	3
SK Verteidigung	1	1	1	3
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	1	1	1	3
K Asyl & Migration	0	0	0	0
SK Schutz gegen illegale Migration	0	0	0	0
SK Asyl	0	0	0	0
SK Arbeitsmigration	0	0	0	0
K Soziales	22	11	21	54
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	6	3	10	19
SK Sozialstaat	11	8	10	29
SK Gesundheit	8	2	3	13
K Klima & Umwelt	2	3	9	14
SK Klimaschutz	1	3	1	5
SK Energiepolitik	1	0	8	9
K Wirtschaft	5	1	1	7
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	2	1	1	4
SK Abbau der Bürokratie	2	0	0	2
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	0	0	0	0
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	0	0	0	0
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	2	1	1	4
Sk Handelspolitik	0	0	0	0
K Digitalisierung	0	0	0	0
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	0	0	0	0
K Angriffsstrategie	55	34	106	195
K Personalisierungsstrategie	0	1	0	1

<b>Spanien/ Montserrat</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
<b>K Außenpolitik</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Ukraine	0	0	0	0
SK Verteidigung	0	0	0	0
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	0	0	0	0
<b>K Asyl &amp; Migration</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Schutz gegen illegale Migration	0	0	0	0
SK Asyl	0	0	0	0
SK Arbeitsmigration	0	0	0	0
<b>K Soziales</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>13</b>
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	1	3	3	7
SK Sozialstaat	0	2	2	4
SK Gesundheit	0	2	2	4
<b>K Klima &amp; Umwelt</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Klimaschutz	0	0	0	0
SK Energiepolitik	0	0	0	0
<b>K Wirtschaft</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	0	0	0	0
SK Abbau der Bürokratie	0	0	0	0
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	0	1	0	1
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	0	0	1	1
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	0	0	0	0
Sk Handelspolitik	0	1	1	2
<b>K Digitalisierung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	0	0	0	0
<b>K Angriffsstrategie</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>19</b>
<b>K Persoanlisierungsstrategie</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

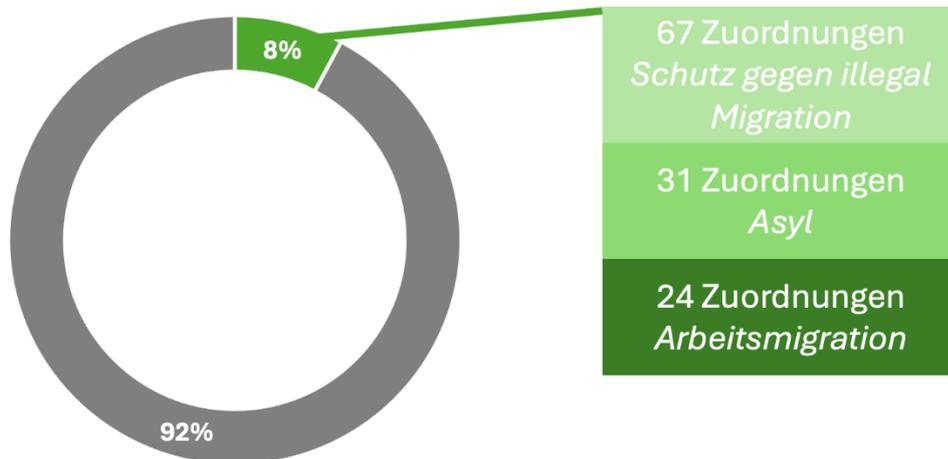
<b>Frankreich/ Les Républicains</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
<b>K Außenpolitik</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>16</b>
SK Ukraine	1	0	3	4
SK Verteidigung	2	2	8	12
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	0	0	2	2
<b>K Asyl &amp; Migration</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
SK Schutz gegen illegale Migration	3	0	2	5
SK Asyl	2	0	1	3
SK Arbeitsmigration	1	0	0	1
<b>K Soziales</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>16</b>
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	0	0	3	3
SK Sozialstaat	1	1	9	11
SK Gesundheit	0	1	4	5
<b>K Klima &amp; Umwelt</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
SK Klimaschutz	2	0	0	2
SK Energiepolitik	2	0	4	6
<b>K Wirtschaft</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	0	0	0	0
SK Abbau der Bürokratie	0	0	2	2
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	0	0	0	0
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	0	0	0	0
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	1	0	4	5
Sk Handelspolitik	0	0	0	0
<b>K Digitalisierung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	0	0	0	0
<b>K Angriffsstrategie</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>12</b>
<b>K Personalisierungsstrategie</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>10</b>

<b>Frankreich/ Bellamy</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>X</b>	<b>Gesamt</b>
<b>K Außenpolitik</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>32</b>
SK Ukraine	5	2	7	14
SK Verteidigung	8	6	9	23
SK organisierte Kriminalität und Terrorismus	4	5	5	14
<b>K Asyl &amp; Migration</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>27</b>
SK Schutz gegen illegale Migration	10	1	14	25
SK Asyl	5	1	6	12
SK Arbeitsmigration	2	0	2	4
<b>K Soziales</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>33</b>	<b>65</b>
SK Wahrung der Demokratie, Traditionen, kultureller Reichtum, Vielfalt	9	3	11	23
SK Sozialstaat	15	8	22	45
SK Gesundheit	2	1	4	7
<b>K Klima &amp; Umwelt</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>47</b>
SK Klimaschutz	14	5	13	32
SK Energiepolitik	16	5	19	40
<b>K Wirtschaft</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>24</b>
SK Europas Wettbewerbsfähigkeit	0	0	1	1
SK Abbau der Bürokratie	2	1	2	5
SK Abwanderung Fachkräfte stoppen	0	0	0	0
SK Schaffung von Arbeitsplätzen	0	0	0	0
SK Unterstützung Landwirtschaft & Fischerei	9	1	11	21
Sk Handelspolitik	1	0	3	4
<b>K Digitalisierung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
SK Digitalisierung & menschenzentrierte KI	0	0	0	0
<b>K Angriffsstrategie</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>31</b>	<b>59</b>
<b>K Persoanlisierungsstrategie</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>23</b>

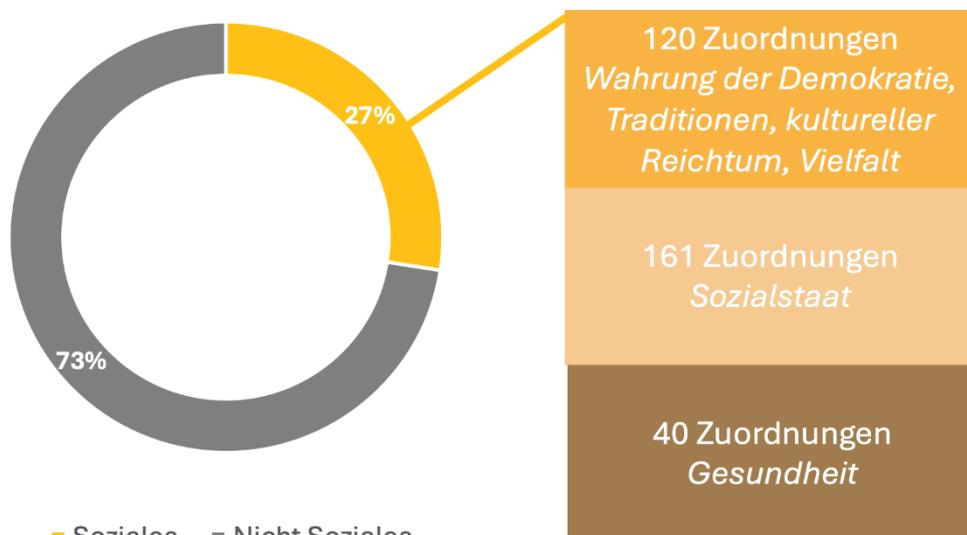
**Anhang 4: Visualisierung der Kategorien mit Subkategorien**



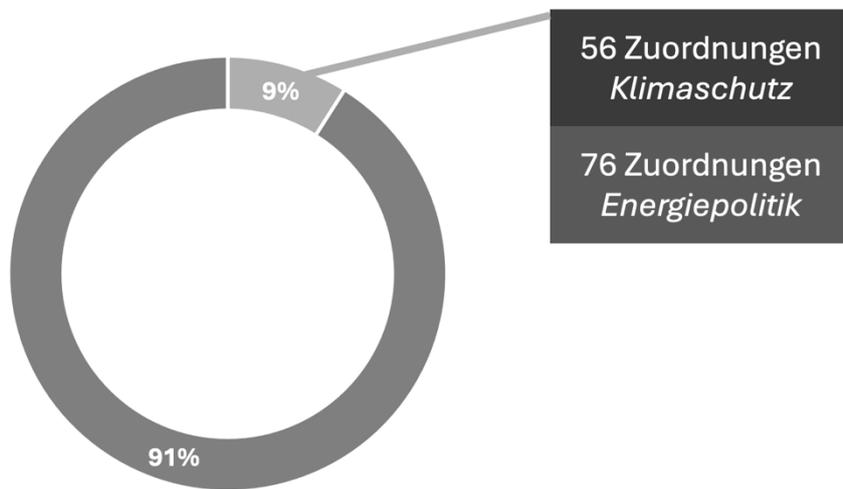
■ Außenpolitik ■ Nicht Außenpolitik



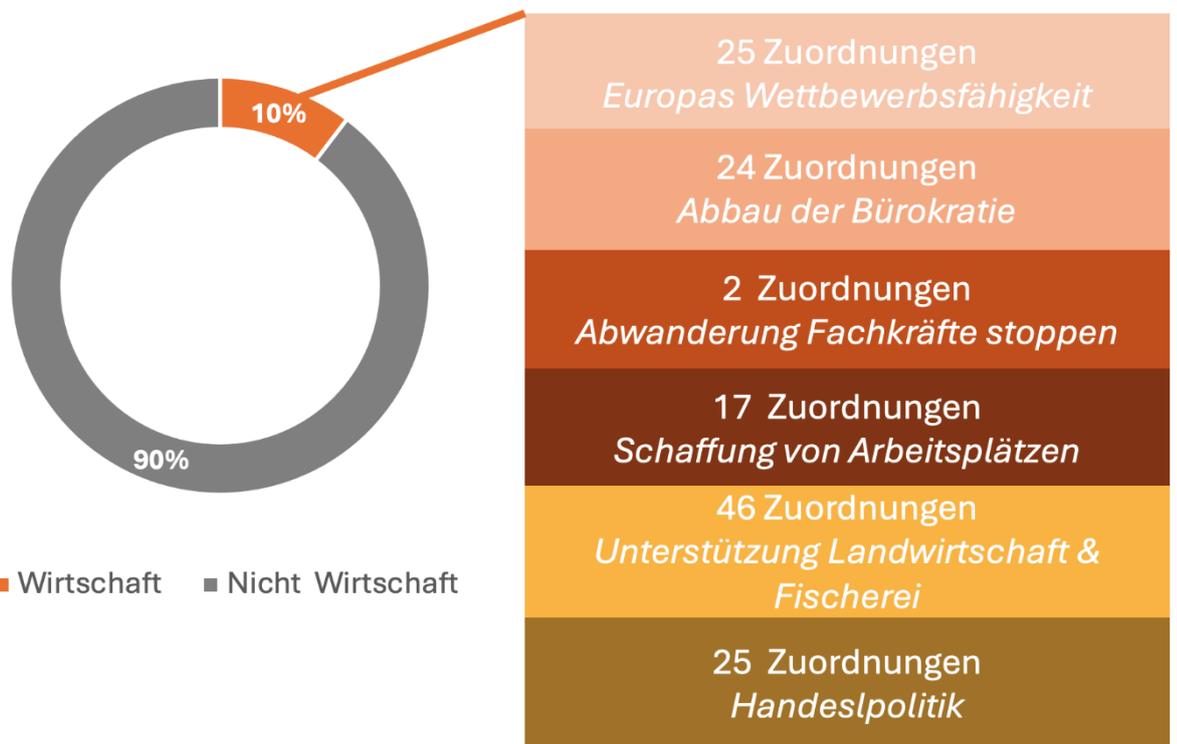
■ Asyl & Migration ■ Nicht Asyl & Migration



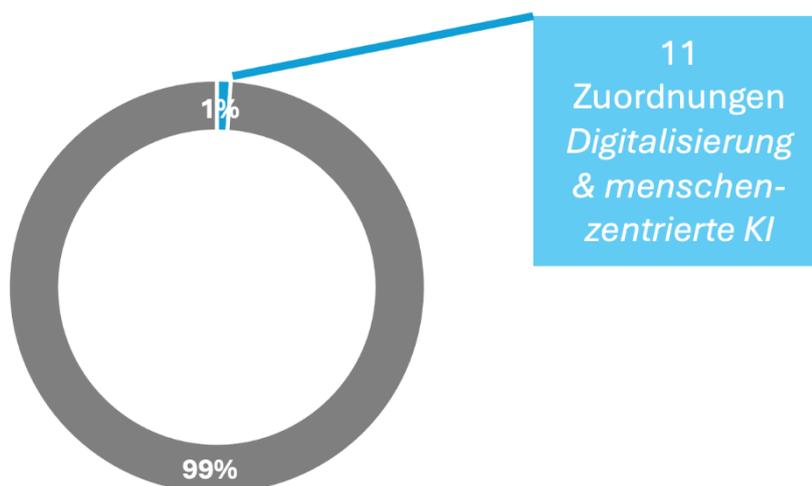
■ Soziales ■ Nicht Soziales



■ Klima & Umwelt ■ Nicht Klima & Umwelt

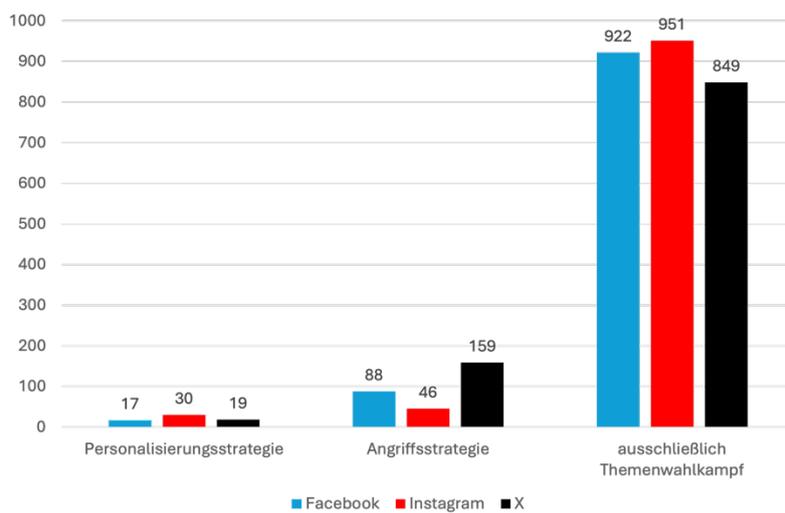
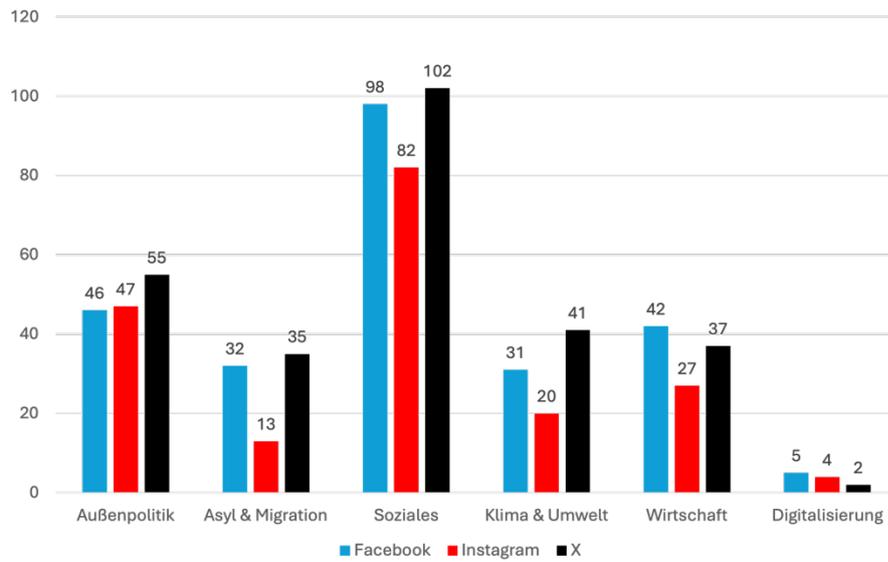


■ Wirtschaft ■ Nicht Wirtschaft



■ Digitalisierung ■ Nicht Digitalisierung

### Anhang 5: Beiträge nach SozM gegliedert



### Anhang 6: Anzahl Follower der Spitzenkandidaten und Parteien

Anzahl Follower	Deutschland		Schweden		Frankreich		Spanien	
	Manfred Weber	CDU/CSU	Alice Teodorescue Måwe	Kristdemokraterna	François-Xavier Bellamy	Les Républicains	Dolors Montserrat	Partido Popular
(erhoben am 29.02.2024)								
<b>Facebook</b>	62.851	199.298	76.087	47.485	59.589	207.101	13.689	305.826
<b>Instagram</b>	28.300	126.000	1.436	32.500	40.700	58.800	18.700	166.000
<b>X</b>	66.600	384.000	125.300	75.100	132.600	329.600	45.200	871.000