

# BOTSCHAFTER\*INNEN FÜR DEMOKRATIE

KAMPAGNE FÜR DIE EUROPAWAHL 2024

HERAUSGEBER: PAUL BIČIŠTE, THILO HARTH, JAKOB MASER





# BOTSCHAFTER\*INNEN FÜR DEMOKRATIE

KAMPAGNE FÜR DIE EUROPAWAHL 2024

HERAUSGEBER: PAUL BIČIŠTE, THILO HARTH, JAKOB MASER

## Mitwirkende Studierende:

Emily Achnitz

Amelie Bindert

Grégoire Delwaulle

Johanna Dunker

Alva Elbrecht

Hella Harhues

Jeremy Katerndahl

Hannah Molnar

Julia Munt

Linus Mütze

Luana Niemann

Laura Rauh

Nina Scholzen

Valerie Siebels

Hakan Uysal



FH MÜNSTER  
University of Applied Sciences

MSD

FB Design  
Münster School of Design



# MISCH JETZT MIT

» ›Misch jetzt mit‹ ist eine klare Aufforderung zur Beteiligung und Teilhabe an der Gestaltung von Hochschule.

In der Hochschullandschaft in Deutschland ist die stärkere Beteiligung von allen Beschäftigten, aber besonders von Studierenden, aktuell ein ganz zentrales Thema. Dabei geht es nicht nur um die Mitwirkung in Gremien, in Arbeitskreisen oder im Qualitätsmanagement. Es geht – wie in unserem hochschulweiten Projekt Lernkultur – auch um die aktive Mitgestaltung der Aufenthaltsqualität an unserer Hochschule und um Impulse und Positionierungen der Studierenden im Diversity Management oder bei hochschulweiten Veranstaltungen, wie einem Tag der Nachhaltigkeit oder der Lernkultur.

Wir suchen nach neuen Wegen zur demokratischen Beteiligung von Studierenden, um Bedarfe und Bedürfnisse besser adressieren zu können und den Wandel der Gesellschaft in der Hochschule adäquat aufzugreifen.

**MISCH JETZT MIT!**  
PROF. DR. FRANK DELLMANN,  
PRÄSIDENT DER FH MÜNSTER

**» ›Misch jetzt mit‹ ist eine klare Aufforderung zur aktiven Gestaltung von Lebens- und Arbeitswelten.**

Unser aktueller Hochschulentwicklungsplan steht unter dem Motto ›wunderbar wandelbar‹. Wir möchten uns der allgemeinen Veränderungsdynamik stellen und zeitgemäße Kompetenzprofile in allen Studiengängen fördern. Und natürlich lebt eine Demokratie von der aktiven Mitgestaltung von Lebens- und Arbeitswelten durch jede und jeden Einzelnen.

**» ›Misch jetzt mit‹ ist eine klare Aufforderung eines Kampagnen-Entwurfs einer Gruppe von Design-Studierenden zur Beteiligung insbesondere junger Menschen bei der Europawahl 2024.**

Wir haben im Präsidium aus der Vielzahl der sehr ansprechenden Entwürfe diese Kampagne für unserer Hochschule ausgewählt und an vier Gebäuden prominent mit Bannern platziert. Wir haben so ein Zeichen gesetzt, Demokratie in Europa zu stärken und Verantwortung für diese Demokratie über die Beteiligung an der Wahl zu übernehmen. Das Funktionieren der Demokratie auf europäischer Ebene und das Bewusstsein für Werte wie Freiheit, Toleranz und nicht zuletzt Frieden sind die Basis allen Handelns im Privaten, Beruflichen und in unserem Gemeinwesen. Wie schön, dass wir dies so einfach mit drei Worten von unseren Studierenden zum Ausdruck bringen konnten.



Erste Feedbackgespräche mit Paul Bičičte.

## DAS KURSKONZEPT

PAUL BIČIČTE UND JAKOB MASER, MSD

Der Kurs ›Einführung in die Projektarbeit Kommunikationsdesign – Aspekte der Kommunikationsgestaltung gibt den Studierenden im dritten Semester einen realitätsnahen Einblick in die Projektarbeit.

Dabei geht es zunächst um eine klare Aufgabenstellung, nämlich die Entwicklung einer cross-medialen Kampagne. Ausgangsmedium ist eine Plakatreihe bzw. -serie im Format DIN A1. Deren gestalterisch-konzeptionelle Merkmale dienen im Sinne der Wiedererkennbarkeit (einer Marke) als Basis für eine Kommunikationskampagne, die ihren Ausdruck über vielfältige Print- und Digitalmedien findet. Je nach Konzept können dies Social-Media-Inhalte, eine (Micro-)Website, Fold- oder

Flugblätter sowie weitere Medien wie Aufkleber, Postkarten oder Werbemittel sein. Hinzu kommt ein visuelles Zeichen, das für die Kampagne steht, sowie eine individuelle Dokumentation des Projekts in Form eines Buchs oder einer Broschüre. Zu Beginn des Semesters erschließen sich die Studierenden das Themenfeld Plakatgestaltung individuell durch eine spielerisch-herausfordernde Aufgabe zur Optimierung eines vorgefundenen Plakates.

Die Einbindung externer Projektpartner\*innen bringt eine nicht vorhersehbare Dynamik sowie einen designfremden Blick auf das Projekt und macht ein zentrales Bewertungskriterium im Kommunikationsdesign erlebbar: Angemessenheit. Eine visuelle Lösung muss passen: zur Botschaft, zur Zielgruppe (Empfangende), zu den Auftraggeber\*innen (Sendende) und zu den eingesetzten Medien. Kommunikationsdesign ist also komplexe Denkarbeit.

Die Dozenten Paul Bičište (Lehrkraft für besondere Aufgaben), Jakob Maser und Anna Louisa Duckwitz (Lehrbeauftragte) stehen als Ansprechpersonen und Feedbackgebende für unterschiedliche Perspektiven und einen umfassenden Theorie-Praxis-Transfer. Bičište begleitet die Entwicklung konzeptioneller und gestalterischer Grundlagen aus didaktischer und praktischer Perspektive, Maser bringt als Leiter der Kreation einer mittelständischen Kommunikationsagentur die Grundlagen des Projektmanagements und vielfältige Praxisbezüge ein und Duckwitz steht als Verlagslektorin für Textkompetenz und Storytelling. Ergänzt wird der Kurs

durch einen Technikkurs, der die Erstellung von Print- und Digitalmedien vermittelt.

Für die Studierenden – das zeigen die Reflexionen über den Kurs in den Dokumentationen – ist dieser Kurs eine Herausforderung und großer Entwicklungsschritt zugleich: Die Teamarbeit in (ausgelosten und nicht selbst gewählten) Gruppen, das Einarbeiten in eine neue Thematik, das nahezu wöchentliche Präsentieren vor dem gesamten Kurs, der konstruktive Umgang mit den Rückmeldungen der externen Auftraggebenden, des Kurses und der Lehrenden sowie die Vielschichtigkeit und Dynamik des Projektverlaufs unterscheiden sich deutlich von den viel kürzeren und überschaubareren Übungen der ersten Semester. Damit bietet der Kurs eine Erfahrung, deren Wert über das 3. Semester hinaus anhält.

So wird der Einstieg in die Projektarbeit in der visuellen Kommunikation an unserem Fachbereich begreifbar, planbar, geerdet und führt zuverlässig zu vielfältigen und qualitativ hochwertigen Arbeiten. Die intensive Auseinandersetzung mit der Aufgabenstellung und die Argumentation der Lösungsansätze schaffen sowohl bei den Auftraggebenden als auch bei den Studierenden ein Bewusstsein für die wertschöpfende Qualität von visueller Kommunikation.

*Ein Portfolio der Projekte befindet sich hinter diesem Link: [fhms.eu/biciste](https://fhms.eu/biciste).*

ADK,  
KURZ  
ERKLÄRT.

<b>Kursziel</b>	Jederzeit, unabhängig vom Thema, planbar in der Lage sein, angemessene, wiedererkennbare visuelle Aussagen zu formulieren.
<b>Rahmen</b>	15 Studierende, 3. Semester 16 Wochen
<b>Vorgehensweise</b>	Geplant Gestalten durch holistischen Ansatz: Kreativtechniken, individuelle Entwurfsübungen, reale Aufgaben, echte Auftraggebende, Projektmanagement, Storytelling, Präsentation, iterativer Prozess, Wiedererkennbarkeit über alle Medien (>Marke<), konstruktive Kritik, Dokumentation.
<b>Zielmedien</b>	Plakatreihe, Social Media, Website/Landingpage, Präsentation, Folder, Flyer, Sticker, Banner
<b>Ergebnis</b>	14 Motive Über 60 verschiedene Motivzusammenstellungen, gedruckt auf mehr als 100 verschiedenen Medien/Produkten an unzähligen Orten, weitgehend in NRW. Darüber hinaus Verbreitung auf vielen Websites und in Sozialen Medien.

Ich habe mich ziemlich schnell dafür entschieden, die Einführung in Kommunikationsdesign zu machen – einerseits, weil ich mich schon immer für visuelle Gestaltung und die damit einhergehende Vermittlung von Kommunikation interessiere, aber vor allem auch wegen des diesjährigen Themas: Europa liegt mir sehr am Herzen! [...]

Ich war selbst für einige Jahre aktiv in der Kommunalpolitik und habe in diesem Rahmen auch an einem Planspiel des Europäischen Parlaments teilgenommen. Seitdem hat sich meine Liebe zu Europa noch einmal verstärkt, und daher finde ich es umso wichtiger, Teil eines Projekts zu sein, das darauf abzielt, die Teilnahme an der Europawahl zu stärken.

Laura Rauh, Studentin





Neben technischen Fertigkeiten erhoffe ich mir von diesem Kurs, mich in verschiedenen Facetten und Funktionen besser kennenzulernen – als Gruppenmitglied, Gestalterin, Europäerin und ganz banal gesagt, mich als Person.

Hella Harhues, Studentin

Ich fühle mich soweit einigermaßen gewappnet für die kommende Zeit und den Kurs ›Aspekte der Kommunikation‹. Trotzdem bin ich etwas nervös, nicht erfahren genug für ein so wichtiges Projekt zu sein, in dem man Plakate für die Wahlen des Europaparlaments gestaltet. Ich freue mich aber darauf, daran zu wachsen und Neues zu lernen, besonders im Bereich des Kommunikationsdesigns.

Valerie Siebels, Studentin

**NUTZE DEINE STIMME.  
SONST ENTSCHEIDEN ANDERE FÜR DICH.**

PROF. DR. THILO HARTH, WANDELWERK DER FH MÜNSTER,  
MITGLIED IM TEAM EUROPE DIRECT DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION DEUTSCHLAND



Vortrag von Thilo Harth bei der Prüfung.

Dieser zentrale Slogan des Europäischen Parlaments zur Europawahl 2024 war zu Beginn des Seminars mit den Design-Studierenden im September 2023 noch nicht bekannt bzw. veröffentlicht. Dies gilt auch für das bemerkenswerte Video im Auftrag des Parlaments, das den Titel ›Vollständige Geschichte‹ trägt und aus der Perspektive von Großeltern dramatische Ereignisse, die diese in Europa miterlebt haben, erzählt. Die zentrale Botschaft ist die Demokratie zu schützen, sich für sie einzusetzen und sie nicht leichtfertig aufs Spiel zu setzen.

Beide medialen Botschaften – der Slogan und das Video – bringen prägnant die Sorgen im Vorfeld der Wahl zum Europäischen Parlament zum Ausdruck, dass

- » aus Protest oder Unmut über (nationale) politische Entscheidungen oder aktuelle Lebensbedingungen,
- » aus Verunsicherung aufgrund des Krieges in Europa und der Aggression Russlands gegenüber der Ukraine, aber auch des Terrors der Hamas und des nachfolgenden Krieges in Gaza,
- » aus dem Erleben von Naturkatastrophen aufgrund des Klimawandels und dem damit einhergehenden Veränderungsdruck für gewohnte Lebensweisen oder
- » schlicht aus Gedankenlosigkeit und Ignoranz die Wahlbeteiligung und damit die demokratische Legitimation des Europäischen Parlaments schwach sein wird und/oder extremistische Personen und Parteien in diesem Parlament an Einfluss gewinnen und insgesamt die Europäische Idee und den Zusammenhalt in Europa schwächen.

Jetzt nach der Wahl kann festgestellt werden, dass die Wahlbeteiligung jedenfalls in Deutschland signifikant gestiegen ist und der Zuspruch zu extremistischen Parteien zwar in einzelnen Mitgliedsstaaten (auch in Deutschland) erheblich war, aber letztlich nicht durchgängig ist, jedenfalls weniger stark und weniger eindeutig ausgefallen ist als vielfach befürchtet. Der geringen Wahlbeteiligung in Frankreich mit ca. 50 Prozent und dem Erfolg des rechtsextremen Rassemblement National mit der unmittelbaren Folge von Neuwahlen des französischen Parlaments stehen beispielsweise Erfolge der proeuropäischen Parteien etwa in Polen und Nordeuropa gegenüber. »Die Wähler sind skeptischer geworden gegenüber der EU, aber sie wollen mehrheitlich immer noch einen Kontinent der Zusammenarbeit« (Busse, Nikolas, Ein Votum für die EU, Kommentar in FAZ, Nr. 133 vom 11. Juni 2024.

Der Bezug auf die Kampagne des Europäischen Parlaments skizziert die politische Stimmung in Europa und die Sorgen 2023/2024 zur Zukunft der europäischen Demokratie, die sich zumindest teilweise auch im Wahlergebnis widerspiegeln. Für die Wahl 2024 kommt für Deutschland die veränderte Rahmenbedingung hinzu, dass erstmals Jugendliche ab 16 Jahren (insgesamt 1,4 Millionen Wahlberechtigte) wählen dürfen.

Die politische Stimmung in Zeiten multipler Krisen (wobei die Pandemie oder der Energiepreisschock nach dem Überfall auf die Ukraine schon fast wieder in Vergessenheit geraten sind, aber nachwirken), die neue Chance zur Partizipation junger Menschen und die sehr erfolgreichen Kampagnen

unserer Design-Studierenden zu den Europawahlen 2014 und 2019 haben jedenfalls frühzeitig und erneut zu gemeinsamen Planungen von Paul Bičište für ein Seminar mit dem Inhalt Europawahl 2024 und mir in der Rolle als politikwissenschaftlicher Berater, Begleiter und Motivator geführt. Darüber hinaus haben wir die Europäische Kommission zur Ausschreibung eines bundesweiten Wettbewerbs aller Design- und Kunsthochschulen ermuntert und unterstützt. Unsere Studierenden haben an dieser Ausschreibung teilgenommen und schon allein über diese Teilnahme die Relevanz ihrer Arbeit im Studium erfahren können, was wir lernpsychologisch gerne als Selbstwirksamkeitserfahrung beschreiben.

Selbstwirksamkeitserfahrung als Motivation ist ein sehr hilfreicher Treiber zum Erwerb von Kompetenzen, denen wir uns in unserem Bildungsleitbild der FH Münster verschrieben haben. Wir möchten dazu beitragen, dass unsere Studierenden nah an den aktuellen Anforderungen der Arbeits- und Lebenswelten sind, wissenschaftlich fundiert handeln, gesellschaftliche und berufliche Entwicklungen kritisch hinterfragen und verantwortungsbewusst und aktiv ihr Leben und ihre Umwelt gestalten können ([vgl. fhms.eu/bildungsleitbild](http://fhms.eu/bildungsleitbild)).



Die Auseinandersetzung mit der Europäischen Integration bzw. mit Demokratie in Europa ist für diesen Kompetenzerwerb außerordentlich gut geeignet, weil europäische Werte wie Frieden, Freiheit oder Menschenwürde und europäische Errungenschaften wie der gemeinsame Binnenmarkt, die Chancen überall in Europa leben und arbeiten zu können oder die Vorzüge von Erasmus+ auch von



Einblicke in das Seminargeschehen.

Studierenden überwiegend als selbstverständlich wahrgenommen und deshalb auch nicht als besonders schützenswert verstanden werden. Das drückt sich dann beispielsweise auch in einer geringen Wahlbeteiligung von jungen Menschen aus. Diese eigene Ausgangslage der Studierenden in ihrer Wahrnehmung der europäischen Werte und Errungenschaften in Europa ist nah an der Wahrnehmung der Zielgruppe der Kampagne: Junge Menschen ab 16 Jahren.

Für den Entwurf einer Kommunikationskampagne von jungen Menschen für junge Menschen zur Beteiligung an der Europawahl haben sich letztlich 15 Studierende im Wintersemester 2023/24 entschieden, die in fünf Gruppen viele verschiedene Ideen Stück für Stück zur Umsetzung brachten. Das Seminar für Studierende des dritten Semesters an der Muenster School of Design (MSD) der FH Münster wurde von Paul Bičičište geleitet und von Jakob Maser als Sachverständiger aus der beruflichen Praxis, Anna Louisa Duckwitz als Verlagsexpertin für Sprache und Thilo Harth als Experten für die Europäische Idee unterstützt.

Der Bezug zu realen Fragestellungen aus der Praxis ist kennzeichnend für dieses Seminar und auch für die Arbeit an der MSD. Studierende im Seminar Aspekte der Kommunikationsgestaltung haben bspw. in den vergangenen Semestern Kampagnen zur Verkehrssicherheit in Münster, zum Naturschutz über Vogelmonitoring, für Extremismusprävention innerhalb der Polizei oder für den Bundesverband der Mütterzentren gestaltet.

Im Ergebnis sind insgesamt fünf Plakatreihen ent-

standen, aus denen eine Jury unter Beteiligung von drei Vertreter\*innen von Europe-Direct-Zentren in Düsseldorf, Bocholt und Steinfurt sowie Prof. Dr. Thilo Harth das Motiv der Gruppe Gustasons als Siegerentwurf ausgewählt haben. Dieses Motiv, ergänzt um die weiteren Motive aus dieser Reihe, wurde dann auch von der Stadt Düsseldorf ausgewählt und flächendeckend plakatiert. Bei der Stadt Münster kam der Entwurf ›Gib Europa deinen touch‹ am besten an und wurde auch zur Gestaltung von Veranstaltungen rund um den Besuch des französischen Staatspräsidenten Emanuel Macron anlässlich der Verleihung des Friedenspreises an ihn sowie an das Deutsch-Polnische Jugendwerk in Münster genutzt.

Das Präsidium der FH Münster hat die Kampagne ›Misch dich ein‹ ausgewählt. Die Stadt Telgte entschied sich für die Plakate mit der Jugendsprache, in Filialen der LVM-Versicherung (auf Nachfrage des Vorstandes der Versicherung bei unserer Hochschulleitung) waren die Motive der Gruppe Gustasons zu sehen.

Weitere Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen wie Bocholt oder Steinfurt haben sich für andere Motive wie ›Gib der Hood deine Stimme‹ entschieden.

Insgesamt ist es sehr erfreulich, dass unterschiedliche inhaltliche und gestalterische Zugänge von Entscheidungsträger\*innen als kampagnenfähig eingestuft wurden.



Siegerentwurf bei der Abschlusspräsentation: Gruppe Gustasons.

Als ein Lerneffekt zeigt sich für die Design-Studierenden, dass es eben kein schwarz-weiß und selten ein richtig-und-falsch in der Gestaltung gibt, sondern dass vielfältige und subjektive Faktoren eine Rolle für die Entscheidung zu einem Gestaltungsentwurf spielen.

In den Dokumentationen die alle Studierenden als ergänzende Prüfungsleistung angefertigt haben, kommt ihre zunehmende Identifikation und auch Begeisterung für die Themenstellung und diesen als wertvoll wahrgenommenen gesellschaftlichen Auftrag zum Ausdruck. So heißt es beispielsweise im Fazit von Alva Elbrecht:

Besonders gefreut habe ich mich deswegen, als das Thema der diesjährigen Einführung veröffentlicht wurde. Ich sehe es als eine der höchsten Aufgaben an, mit meinem Design Leute zu erreichen, sie von etwas zu begeistern und dabei für meine Werte einzustehen. Junge Leute zum Wählen zu animieren, empfand ich als Herausforderung, aber vor allem als große Chance. Mit dieser Einstellung bin ich also in den Kurs gestartet.

Alva Elbrecht, Studentin

PUBLIKATIONEN  
STANDORTE  
UND OBJEKTE

- Wo?**
- » FH Münster
  - » Uni Münster
  - » Stadt Münster
  - » Offene Kinder- und Jugend-  
arbeit im ev. Kirchenkreis  
Münster mit 10 Einrichtungen  
in und um Münster, sowie in  
Coesfeld, Greven, Warendorf,  
Ochtrup
  - » Stadt Düsseldorf
  - » Stadt Bocholt
  - » Kreis Steinfurt
  - » Stadt Telgte
  - » weiterführende Schulen:  
Hannover  
Rheine  
Bocholt  
Dortmund (drei Schulen)  
Steinfurt

- Was?**
- » 4 Gebäudebanner
  - » ca. 5 Displays
  - » über 500 Plakate
  - » 8 Postkartenmotive zu je  
2.250 Stück
  - » 150 Falthocker
  - » 1 komplettes Bühnenbild
  - » PowerPoint Präsentation

Zudem erschienen

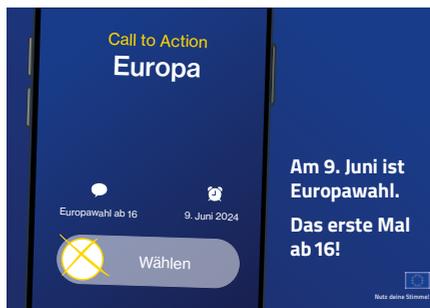
- » 20 Online-Artikel
- » 50 Posts auf Instagram

**DIE PLAKATENTWÜRFE**  
FÜNF GRUPPEN

**Die Gustasons**  
Hella Harhues  
Julia Munt  
Linus Mütze



**CreUnion**  
Emily Achnitz  
Laura Rauh  
Nina Scholzen





**Designies**  
Amelie Bindert  
Alva Elbrecht  
Jeremy Katerndahl



**Prizma**  
Hannah Molnar  
Luana Niemann  
Hakan Uysal



9. Juni 24  
Europawahl – ab 16!

**MISCH  
DICH  
EIN**

FÜR DEIN EUROPA.

Wählen gehen für ein vielfältiges Europa! 

9. Juni 24  
Europawahl – ab 16!

**MISCH  
JETZT  
MIT**

UND WÄHLE  
FÜR DEINE ZUKUNFT.

Zusammen für ein vielfältiges Europa! 

9 June 24  
European elections –  
16 and older can vote!

**SET  
THE  
FOCUS**

AND VOTE  
FOR YOUR FUTURE.

Let's vote for a diverse Europe! 

**ZERLEG DEN  
BEAT MIT  
DEINER  
STIMME**

JETZT AB  
16 JAHREN

 SEI TEIL VON EUROPA  
09. 06. 2024



**KOPFNICKER  
DEINE  
STIMME**

JETZT AB  
16 JAHREN

 SEI TEIL VON EUROPA  
09. 06. 2024



**VERLEIH  
DER HOOD  
DEINE  
STIMME**

JETZT AB  
16 JAHREN

 SEI TEIL VON EUROPA  
09. 06. 2024



Verleih Europa  
DEINEN Touch.

09. 06.  
EUROPAWAHL  
2024



**Le Pluriel**  
Grégoire Delwaulle  
Johanna Dunker  
Valerie Siebels



Bei der Abschlusspräsentation und Prüfung anwesende Studierende, Jurymitglieder und Lehrende.

was ist deine  
**POSITION?**



Jetzt bist du dran mitzugestalten!  
Am **9. Juni 2024** ist Europawahl.



und,  
**PASST NICHT?**



Jetzt bist du dran mitzugestalten!  
Am **9. Juni 2024** ist Europawahl.



wähle bewusst  
**GESTALTE MIT  
LEIDENSCHAFT**



Jetzt bist du dran mitzugestalten!  
Am **9. Juni 2024** ist Europawahl.



F\*ck dich ich  
**geh wählen.**  
Du bist so  
peinlich alter  
wirklich.

Jetzt bist du dran mitzugestalten!  
Am **9. Juni 2024** ist Europawahl.



**Reden  
ist Silber,  
Wählen  
ist Gold.**

Jetzt bist du dran mitzugestalten!  
Am **9. Juni 2024** ist Europawahl.





Ich freue mich, dieses Semester mit einem so intensiven Projekt abzuschließen und möglicherweise dazu beizutragen die Wahlbeteiligung der Europawahl 2024 zu erhöhen.

Luana Niemann, Studentin

Der Auftrag war anfangs simpel: Gestaltet Plakate [...] für die Europaparlamentswahl 2024. Innerhalb eines Semesters ist aus dieser Aufgabe ein sehr großes Projekt gewachsen, mit vielen Gigabyte Fotos, riesigen Ordnerstrukturen ... einem überladenen Miroboard und drei Köpfen, die mit der Kreativität an ihre Grenzen kamen.

Grégoire Delwaille, Student

Das Projekt für die Europawahl 2024 war für mich nicht nur eine kreative Herausforderung, sondern auch eine wertvolle Lerngelegenheit.

Hakan Uysal, Student





Finale Plakatereien bei der Prüfung.



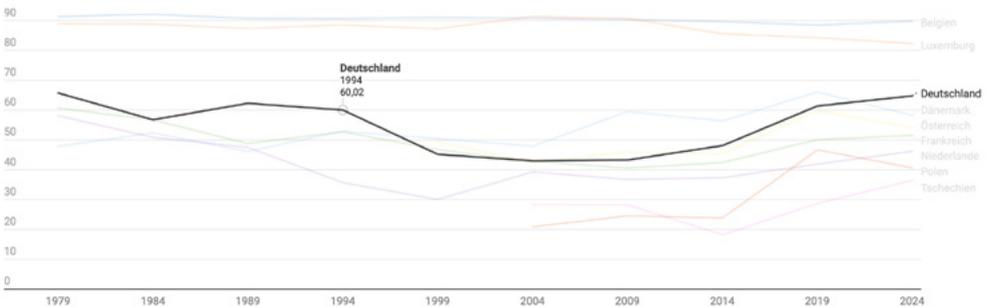
## DIE EUROPAWAHL IN DEUTSCHLAND

›Nachdem die Wahlbeteiligung bei der Europawahl 2019 bedeutend gestiegen war und europaweit die 50-Prozent-Marke geknackt wurde, stagnierte die Wahlbeteiligung bei der Europawahl 2024 weitgehend. Laut dem Europäischen Parlament haben dieses Mal 51 Prozent der wahlberechtigten Unionsbürger:innen von ihrem Wahlrecht Gebrauch gemacht (vgl. Europäisches Parlament 2024).‹

## ERSTMALS BUNDESWEITE WAHL SCHON MIT 16!

›Mit der Entscheidung der Bundesregierung, das Wahlalter im Deutschen Europawahlgesetz auf 16 Jahre herabzusetzen, war die Europawahl 2024 die erste bundesweite Wahl, in der auch 16- und 17-jährige ihre Stimme abgeben konnten. [...] Auch in Österreich (seit 2014), Malta (seit 2019) und Belgien (seit 2024) können alle Staatsbürger\*innen ab 16 Jahren ihre Stimme bei der Europawahl abgeben. In Griechenland können seit der Europawahl 2019 auch 17-jährige wählen.‹

<https://www.bpb.de/themen/europawahlen/dossier-europawahlen/549597/rueckblick-die-europawahl-2024-in-deutschland-im-europaeischen-kontext/>



Grafik: bpb.de • Quelle: Eigene Grafik • Daten

## Die Wahlbeteiligung bei den Europawahlen in Deutschland und seinen Nachbarländern.

Dahin gehend habe ich das Projekt zur Europawahl 2024 auch als außerordentlich passend empfunden. Als Studierende und Erstwählerin hatte ich die Möglichkeit persönliche Ansichten und Erfahrungen zu reflektieren und in meine Gestaltung miteinfließen zu lassen. [...]

Besonders ein Entwurf hat dabei eine perfekte Schnittstelle zwischen Allgemeingültigkeit und persönlichen Anliegen gebildet. Der Entwurf mit dem Fingerprint. Der Fingerabdruck als identitätsstiftendes Merkmal und Symbol für Einzigartigkeit und Individualität hat für mich bemerkenswerte Überschneidungen mit der Europäischen Union aufgewiesen. Außerdem finde ich [ihn] in seiner visuellen Wirkung ansprechend und klar. [...]





Auf diversen Wegen habe ich versucht politische Teilhabe mit einem ganz entscheidenden menschlichen Merkmal zu verknüpfen. Das hat mir große Freude bereitet und ich bin darin aufgegangen. [...] Abschließend waren für mich neben dem Gewinn von fachlichem Wissen auch die sozialen und persönlichen Erkenntnisse von großer Bedeutung. Ich habe erfahren, dass man mit kreativem Denken, Flexibilität und innovativen Methoden beeindruckende Konzepte entwickeln kann und faszinierende Projekte realisieren kann. Und nicht zu vergessen: Ich gehe natürlich am 9. Juni 2024 ins Wahllokal und gestalte Europa mit meiner Stimme mit.

Hannah Molnar, Studentin

**VERBREITUNG DER KAMPAGNE**  
FH MÜNSTER



9. Juni 24  
Europawahl – ab 16!

**MISCH  
JETZT  
MIT**

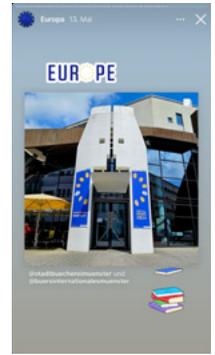
FÜR DEIN EUROPA.

Gemeinsam für Demokratie!

 FH MÜNSTER     MSD     FH Design  
Münster School of Design

# VERBREITUNG DER KAMPAGNE STADT MÜNSTER





BRUTZ  
DEINE  
STIMME  
EUROPAWAHL.EU

STADT MÜNSTER

Verleih Europa  
DEINEN Touch.

09.06.  
EUROPAWAHL  
2024

Logo of the European Union

Logo of FH Münster

Logo of MSD

Logo of Stadtwerke Münster

Logo of the City of Münster



# VERBREITUNG DER KAMPAGNE

## STADT TELGTE





14. - 16. Juni 2024

# Spirituelles

WÖCHENENDE

Innehalten im Kraftort Telgte

**Herzlich willkommen**  
im Kraftort Telgte

Wir laden Sie herzlich ein, am Samstag (14. Juni) um 10:00 Uhr zum Kraftort Telgte zu kommen. Dort werden wir Sie mit einem kleinen Vortrag und einer Meditation begrüßen. Die Teilnahme ist kostenlos. Bitte bringen Sie eine Wasserflasche mit. Wir freuen uns auf Sie!

Herzlich willkommen im Kraftort Telgte. Wir laden Sie herzlich ein, am Samstag (14. Juni) um 10:00 Uhr zum Kraftort Telgte zu kommen. Dort werden wir Sie mit einem kleinen Vortrag und einer Meditation begrüßen. Die Teilnahme ist kostenlos. Bitte bringen Sie eine Wasserflasche mit. Wir freuen uns auf Sie!



# FOMO?



Geh wählen.

Am 9. Juni 2024 ist Europawahl.

Das erste Mal ab 16!

an der FH Münster TELGTE

FH MÜNSTER | MSD | an der FH Münster | Münster School of Design

# VERBREITUNG DER KAMPAGNE

## STADT DÜSSELDORF





Wall

**GIB  
DEINEN  
SENF  
DAZU!**

**Deine Zutat,  
Dein Europa,  
Deine Wahl!**

**09. JUNI 2024**

EUROPE DIRECT  
Deutschland

Verbunden mit Deutschland  

 Bundwahlleiter  

 BfV  

 BSI  

 BfD  

 BfU  

 BfZ  

 BfU  

 BfZ

»

Durch die Vorträge wollen wir einen nachhaltigen positiven Einfluss auf unsere Gesellschaft nehmen.

«

Amelie Bindert, Studentin

**VERBREITUNG DER KAMPAGNE**  
AN VERSCHIEDENEN SCHULEN



Amelie Bindert und Julia Munt als Botschafterinnen.



Besuch im Gymnasium Mariengarden in Borken.

# O-TÖNE VON JUGENDLICHEN ZU DEN POSTKARTEN

OFFENE KINDER- UND JUGENDARBEIT  
IM EV. KIRCHENKREIS MÜNSTER



Auf Basis der gestalteten Postkarten wurden 30 Teilnehmende zwischen 15 und 18 Jahren befragt. Sie sind alle potenzielle Erstwähler\*innen bei der Europawahl. Sie haben eine unterschiedliche Vorbildung. Die Fragestellung an die Teilnehmenden, welche zum Teil in kleinen Gruppen miteinander ins Gespräch kamen: Welche Karte spricht Dich an? Warum/Was fällt Dir dazu ein? Der Mehrwert für die Pädagog\*innen vor Ort war groß. Sie berichten, dass viele Gespräche entstanden und diese oft sehr intensiv waren, sodass die Fragestellung außer Acht und in den Hintergrund geriet (Jessica Böker, Geschäftsführerin Trägerverbund Offene Kinder- und Jugendarbeit, Ev. Kirchenkreis Münster).



Cool, der Stern hat auch Angst was zu verpassen und geht in den EU Kreis.



Europapolitik interessiert mich nicht.

Schade, dass wir nicht mit so coolen Karten von der Regierung angeschrieben wurden.



Fingerabdrücke finde ich gut, da ist klar, dass man persönlich dabei ist und mitgestalten kann. Kann man (also ich) aber gar nicht außer über die Wahl, oder?

Die sagt mir, dass ich wählen gehen soll und wann und dass ich mit meiner Stimme was bewirken kann.

'N Wecker zu stellen für die Wahl ist sinnvoll. Kann man bis abends wählen? Nicht, dass ich es verschlafe.



Meine Eltern haben auf jeden Fall 'n Wecker gestellt. Die verpassen keine Wahl.





Ist der Beat eine Metapher für rechtspopulistische Politik?

Typische Zimmervibes, Bürste als Mic.  
– I love it.

Teil von Europa sein klingt auch so heimisch wie das Bild, also das, was es vermittelt ist für mich zu Hause.

Soll das so dynamisch sein?  
In Bewegung?

Regenbogenflagge im Hintergrund, oder?



Cool, und so handschriftlich  
»Für Dein Europa«. Wie ein Brief.

Gemeinsam für Demokratie, wer es dann nicht kapiert .



Digger, wie übertrieben viel Senf.  
Das kann man ja jetzt nicht mehr essen.

Sagt meine Oma immer zu meiner Mutter: Musst Du immer Deinen Senf dazu geben. Könnte auch 'n Meme werden von den beiden.





Bewusst wählen, also nicht rechtes oder so Spinner die Menschen diskriminieren.

Ich finde es öde, so wie die Schreiben von der Regierung oder von der Stadt. Habe es noch nicht zu Ende gelesen. Ich glaube die wollen uns auch als Erstwähler gewinnen. Hätten die mal besser Euch zu mir geschickt. Da kann mal auch direkt was fragen und Verständnisfragen klären.



Voll spacige Formen, irgendwie so Weltraumdinger. Sind das die Sterne aus der Flagge?

Ich fand den Spruch sonst immer doof, aber in diesem Zusammenhang ist es richtig stark.

Wann ist die Wahl nochmal?

Die Politik, also die Parteien, schicken immer nur so hochglanz Werbung, das spricht mich nicht an.

Ich mag die Karte, sie ist nicht so 'n hochglanz Ding. Sieht eher aus wie junge Leute machen Werbung für andere junge Leute. Das finde ich bei allen Karten richtig gut.



Amelie Bindert (links) und Julia Munt (rechts) beim  
Gymnasium Mariengarden in Borken.

Amelie Bindert und Julia Munt standen unserem Projekt als Botschafterinnen an verschiedenen Schulen bei, um Jugendliche ab 16 Jahren zur Europawahl zu animieren. Nach Abschluss der Wahl haben wir sie nach ihrer persönlichen Meinung zu dem Projekt und ihrer individuellen Arbeit gefragt.

**Mit welchen Erwartungen und Gefühlen seid ihr in das Projekt gestartet?**

Ich wollte mich schon länger wieder politisch engagieren und habe durch das Projekt eine Möglichkeit gesehen, mich in unsere Gesellschaft einzubringen. Als es losging war ich voller Vorfreude und habe mich sehr auf den ersten Austausch mit den Schülern und Schülerinnen gefreut. Vor der Tätigkeit als

**REFLEXION**  
AMELIE BINDERT  
UND JULIA MUNT

Botschafterin war ich extremst aufgeregt und auch etwas ängstlich, vor solch einer Menge an Menschen zu präsentieren. Gleichzeitig habe ich mich gefreut, die Möglichkeit zu haben, Politik und Design direkt miteinander verbinden zu können und einen Beitrag zu der politischen Beteiligung an der Europawahl leisten zu können. Zudem wollte ich durch diese Arbeit meine Präsentations-Skills verbessern.

### **Mit welchen Erkenntnissen und Gefühlen seid ihr aus dem Projekt gegangen?**

Durch das Projekt konnte ich Schülerinnen und Schülern die Relevanz von Demokratie und Gesellschaft näher bringen. Das löst in mir nach wie vor gute Gefühle aus. Es ist so wichtig das junge Menschen lernen ihre Stimme zu nutzen. Dass ich ein Teil davon sein konnte, war und ist immer noch richtig toll. Auch ich selbst werde in Zukunft immer wählen gehen und weiterhin Menschen dazu anregen ihre Stimme zu nutzen. Ich bin mit besonders positiven Gefühlen aus dem Projekt gegangen. Ich habe mich gestärkt gefühlt, den Mut gehabt zu haben, vor all den Menschen zu präsentieren und meinen Senf dazuzugeben. Es war schön, sich für die Demokratie und Partizipation in Europa einsetzen zu können. Gleichzeitig habe ich mich von meinen Teammitgliedern in ihrer Präsentations-Art und Weise inspiriert gefühlt und konnte so eigenständig wachsen. Meine Erkenntnisse in Bezug auf die politische Teilhabe wurden gestärkt. Mir wurde nochmals deutlicher, wie bedeutend die eigene Meinung ist und wie wertvoll es ist, dass wir Menschen diese laut verkünden können, sei es im Austausch

mit Freunden oder mittels einer Wahl. Wir haben die Kraft, unsere Zukunft und Gegenwart zu gestalten.

**Habt ihr euch in den Schulen verstanden gefühlt/hattet ihr das Gefühl die Schüler zu erreichen?**

Je nach Schule war der Vortrag sehr individuell und auch die Schüler\*innen haben immer anders reagiert. Doch durch die Erfahrung von Thilo Harth und unsere Spontaneität haben wir es immer wieder geschafft den ›Geist‹ der Schulen einzufangen und unseren Vortrag an die Schüler und Schülerinnen zu bringen. Besonders toll waren die kleinen Gespräche nach den Vorträgen, wenn Jugendliche nochmal auf uns zugekommen sind und sich bedankt haben, nochmal spezifische Fragen gestellt haben oder sich über die Plakate austauschen wollten. An diesen Gesprächen hat man merken können, was für einen Einfluss wir auf die Jugendlichen nehmen können und wie wichtig der Umgang damit ist. Wir wollen die Jugendlichen dazu einladen, Teil unserer Demokratie zu werden und ihre Stimme zu nutzen. Ich hoffe, dass Jugendliche die einmal wählen waren, dies bei der nächsten Wahl auch tun werden und wir so einen nachhaltigen Einfluss auf unsere Gesellschaft haben. Es lässt sich festhalten, dass jede\*r aus der Schülerschaft eine eigene Meinung zur Europawahl und Politik im Generellen hat. Die meisten Meinungen waren positiv, die Schüler\*innen erkannten die Wichtigkeit der Teilnahme an der Wahl. Einige waren sich unsicher, inwiefern ihre Stimme Bedeutung hat oder, ob nicht lieber ältere Personen die Wahl treffen sollen. Doch wir konnten erfolgreich vermitteln, dass jede Stim-

me zählt. Besonders das Zeigen des Videos ›Nutze deine Stimme. Sonst entscheiden andere für dich. Europawahl, 9. Juni 2024.‹ des Europäischen Parlaments half uns zusätzlich beim emotionalen Erreichen der Schüler\*innen.

### **Glaubt ihr das Projekt hat zum Ziel der Wahlbeteiligung von jungen Menschen beigetragen?**

Ich glaube schon, dass vielen der Jugendlichen, mit denen wir ins Gespräch kommen konnten und denen wir durch unseren Vortrag und die Plakate die Wahl näher gebracht haben, wählen gegangen sind. Ich kann mir gut vorstellen, dass wir durch die Plakate zum Gesprächsthema geworden sind, auch über den Vortrag hinaus und so viele die Chance genutzt haben und am Sonntag zur Wahl gegangen sind. Vielleicht haben einige sogar ihre Eltern mitgenommen. Ich glaube, dass Projekt konnte auf jeden Fall die jungen Menschen, denen wir begegnet sind, zur Wahl motivieren. Und sobald mindestens eine\*r von ihnen dieses Erlebnis und oder neue Erkenntnisse an sein Umfeld weitergegeben hat, konnte diese Motivation gestreut werden.

Abschließend möchte ich noch sagen, dass es, gerade in diesen Zeiten, so wichtig ist, Jugendliche und junge Menschen mitzunehmen, sie Teil unserer Gesellschaft werden zu lassen und ihnen zu zeigen wie wichtig ihre Stimme in unserer Demokratie ist. Durch Projekte wie dieses werden Jugendliche und junge Menschen von anderen Jugendlichen und jungen Menschen informiert und mitgenommen. Es entsteht ein miteinander, welches wir unter keinen Umständen vergessen sollten.

Den Kurs habe ich gewählt, weil ich ein hohes politisches Interesse habe und immer schon mal ausprobieren wollte, wie man Politik und Design vereinen kann. Einer der Gründe, aus denen ich mich für ein Designstudium entschieden habe, war der, dass ich mit meinem Design gerne für etwas eintreten wollen würde, was die Welt ein kleines bisschen besser macht. Da kam mir der Kurs, in dem es auch darum geht, die Wahlbeteiligung zu erhöhen, sehr passend vor.

Wir haben die Europäische Union besser kennengelernt, über Kommunikationsdesign und Kommunikations-Kampagnen gelernt, neue Programme kennengelernt, gelernt wie man Plakate entwickelt, über uns selbst einiges dazugelernt und noch vieles mehr.

Amelie Bindert, Studentin





Thilo Harth betonte in seinem Vortrag die Wichtigkeit davon, die Werte Europas in der Plakatgestaltung zu berücksichtigen und sich mit Gründen für eine sinkende Wahlbeteiligung auseinanderzusetzen. Die Idee einer Kampagne »von jungen Leuten für junge Leute« wurde als Schlüsselbegriff hervorgehoben, und daraufhin haben wir uns intensiv mit der Zielgruppe auseinandergesetzt.

Emily Achnitz, Studentin

Wir sind für diese intensive Zeit sehr dankbar und froh darüber, dass wir sie nicht allein bewältigen mussten, sondern uns gegenseitig hatten. Jetzt am Ende sind wir sehr stolz auf die Plakate, die wir gestaltet haben und gespannt, was die Jury in Berlin nun entscheiden wird. Aber egal wie diese Entscheidung ausgehen wird, fest steht, dass wir eine sehr lehrreiche Zeit hinter uns haben.

Jeremy Katerndahl, Student

# IMPRESSUM

© 2024 MÜNSTER SCHOOL OF DESIGN, FH MÜNSTER

Herausgeber: Paul Bičičšte, Thilo Harth, Jakob Maser  
<https://www.fh-muenster.de>  
<https://www.fh-muenster.de/msd>

Satz und Gestaltung: Luana Niemann

Fotonachweis:

Paul Bičičšte, Maria Davydova, Kaja Fleute, Stefanie Gosejohann, Heike Hano, Jana Haase, Thilo Harth, Michelle Liedtke, Jakob Maser, Julia Munt und Luana Niemann

Printed in Germany, 2024



