

Wie geht die Europäische Integration nach dem Brexit weiter?

Großbritannien ist aus der EU ausgetreten. Eine knappe Mehrheit in der Bevölkerung stimmte für den Austritt. Welche Gründe gab es dafür, welche Rolle spielten dabei die Medien und wie wird es nach dem „Brexit“, dem Ausscheiden Großbritanniens, nun für das Land und Europa weitergehen?



© Foto: picture-alliance / abaca | Privat Denis Avezov - abaca - A

Warum wollte die Mehrheit der Brit*innen die EU verlassen?

1 Die Gegner einer EU-Mitgliedschaft Großbritanniens argumentierten auf unterschiedlichen Ebenen:

5 • **Wirtschaft:** Großbritannien gehört zu den Nettozahlern der Europäischen Union, d.h. das Land zahlt mehr in den EU-Haushalt ein, als es herausbekommt (beispielsweise an Subventionen für Landwirte). Die Brexit-Befürworter sagen, dass man durch einen EU-Austritt viel Geld sparen könnte, das man dann beispielsweise für die Sanierung des maroden britischen Gesundheitswesens einsetzen könnte.

10 • **Einwanderung:** Für Bürger der Europäischen Union gilt grundsätzlich ein Recht auf Freizügigkeit. In den vergangenen Jahren haben sich deshalb viele EU-Bürger, beispielsweise aus Polen, in Großbritannien niedergelassen. Gegner einer EU-Mitgliedschaft kritisieren einerseits die Zuwanderung und andererseits die Sozialleistungen, auf die Zuwanderer einen Anspruch haben (...).

15 • **Zentralisierung und „Fremdbestimmung“:** Die Brexit-Befürworter kritisieren, dass viele Politikbereiche inzwischen von der Europäischen Union geregelt werden – von Politiker*innen, die nicht direkt von den Briten gewählt worden sind. Sie kritisieren auch, dass EU-Recht im Zweifelsfall dem nationalen Recht der Mitgliedsstaaten übergeordnet ist.

30 • **Weltpolitische Unabhängigkeit:** Die Brexit-Befürworter bemängeln, dass Großbritannien in vielen internationalen Verhandlungsrunden keinen eigenen Sitz mehr hat, sondern die Europäische Union die Verhandlungen für alle EU-Mitgliedsstaaten führt. (...) Die Brexit-Befürworter argumentieren, dass Großbritannien vorteilhaftere Verträge abschließen könnte, wenn das Land alleine verhandeln würde.

35 Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg: Dossier „Brexit – Großbritannien verlässt die EU“ (www.lpb-bw.de/brexit#c32289 – Zugriff vom 20.8.2020)

Brexit-Befürworter*innen („Leave-Kampagne“):

„Großbritannien schickt der EU jeden Tag 50 Millionen Pfund. Lasst uns stattdessen lieber unseren nationalen Gesundheitsservice fördern.“

„Wir müssen die Kontrolle über unsere Grenzen zurückgewinnen, damit wir entscheiden können, wer hierherkommt – und wer nicht.“

„Der britische Handel wird florieren und die Zahl der Jobs wird steigen, nachdem wir für den Austritt gestimmt haben.“

Quelle: www.bpb.de/lernen/grafstat/285741/info-m-02-02-infos-zu-aussagen – Zugriff vom 4.9.2020

die Subventionen
Untersützung
durch Geld.

marode
kaputt.

florieren
Sich geschäftlich
ünstig entwickeln.

Die sozialen Medien und der Brexit

1 Bis heute werden gegen das Brexit-Lager schwere Vorwürfe erhoben (...): Die beiden Austritts-Kampagnen sollen deutlich mehr als erlaubt für ihren Wahlkampf ausgegeben und diesen Überschuss
5 auch noch verschleiert haben. (...)

Ein anderer Vorwurf aber wiegt noch schwerer: Das Brexit-Lager soll im großen Stil Daten missbraucht, Wähler manipuliert, gelogen und letztendlich den demokratischen Wahlprozess unterminiert haben.

10 (...) Vor allem die Nutzung sogenannter Dark Ads auf Facebook, übersetzt dunkle oder geheime Anzeigen, habe die Frage aufgeworfen, wie nutzerorientierte Online-Werbung mit den Anforderungen eines demokratischen Wahlkampfs in Einklang
15 gebracht werden kann.

Dark Ads oder Dark Posts sind Anzeigen, die nur für den Absender und den nach bestimmten Kriterien definierten Empfänger sichtbar sind. Ein Facebook-Nutzer sieht sie inmitten von Nachrichten, Statusmeldungen von Freunden und anderen
20 Meldungen, die auf seiner Facebook-Seite einlaufen. Für andere Betrachter sind sie aber nicht sichtbar. Die Absender solcher Dark Ads – wie die Strategen hinter den beiden Brexit-Kampagnen et-
25 wa – können also unterschiedliche Gruppen von Nutzern je nach ihren Vorlieben mit maßgeschneiderten Botschaften ansprechen. (...)

Sie sind gespickt mit Halbwahrheiten und glatten Lügen über die Absichten der EU und die vermeintlichen Vorteile eines Austritts. Es sind Kuriositäten
30 darunter wie das Gerücht, die EU wolle Teekessel verbieten. Auch die Behauptung, Großbritannien könne durch den Brexit 350 Millionen Pfund pro Woche sparen, taucht in unterschiedlicher Form
35 auf. (...)

Vor allem (...) rassistisch motivierten Falschinformationen stechen unter den veröffentlichten Dark

Der Weg zum Brexit

2013	Premierminister David Cameron verspricht ein Referendum über die EU-Mitgliedschaft im Falle seiner Wiederwahl.
2016	51,9% der Wähler*innen stimmen für einen britischen Austritt aus der EU.
2017	Großbritannien erklärt gegenüber der EU offiziell seine Austrittsabsicht.
2018	Ein erstes Austrittsabkommen zwischen der EU und GB wird vorgestellt.
2019	Das britische Parlament lehnt das Austrittsabkommen mehrfach ab, der Austrittstermin wird mehrfach verschoben.
24.5.2019	Theresa May erklärt ihren Rücktritt.
24.7.2019	Boris Johnson wird Premierminister.
17.10.2019	Neues Austrittsabkommen
28.10.2019	Großbritannien bittet um einen Aufschub des Austritts bis zum 31.01.2020.
20.12.2019	Das britische Parlament stimmt für das Brexit-Abkommen.
31.1.2020	Großbritannien tritt offiziell aus der EU aus.
bis 31.12.20	Übergangsphase, in welcher sich Großbritannien weiterhin an EU-Regeln hält.

Ads hervor, die Facebook zur Verfügung gestellt hat. Darunter die falsche Behauptung, dass die EU
40 76 Millionen Türken visafreie Einreise gewähre, illustriert mit einer Karte, auf der dicke rote Pfeile von der Türkei Richtung Großbritannien weisen. Medienforscher Martin Moore zufolge war es nicht das Ziel dieser Anzeigen, Wähler von Inhalten zu überzeugen. Es sei allein darum gegangen,
45 diejenigen, die für potenzielle Brexit-Befürworter gehalten wurden, an die Urne zu bringen.

Benjamin Dierks: Propaganda, Lügen, Fake News. In: deutschlandfunk.de vom 18.10.2018 (www.deutschlandfunk.de/soziale-medien-und-das-brexit-referendum-propaganda-luegen.724.de.html?dram:article_id=430936 – Zugriff vom 24.8.2020)

AUFGABEN

1. Der Streetart-Künstler Banksy hat mit einem Bild den Brexit kommentiert. **Beschreibt** das Bild und **erläutert**, was es ausdrücken soll.
2. **Sammelt** in Kleingruppen mögliche Gründe, die für einen Austritt aus der EU sprechen könnten. **Tragt** eure Ergebnisse in der Klasse **zusammen** und **ordnet** sie in einer Mindmap.
3. **Nennt** und **erläutert** die Gründe Großbritanniens (im Text links), aus der EU auszutreten.
4. **Vergleicht** eure Gründe, die ihr gesammelt habt, mit denen im Text: **Unterstreicht** dazu in eurer Mindmap alle Gründe, die auch im Text genannt werden. **Ergänzt** eure Mindmap gegebenenfalls.
5. **Unterstreicht** im Text „Die Rolle der sozialen Medien beim Brexit“ die Vorwürfe, die gegen das Brexit-Lager erhoben werden.
6. **Diskutiert** die Aussagen im Rahmen der „Leave-Kampagne“.