KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 2.10.2002
KOM(2002) 350 endgültig/2

CORRIGENDUM
La foot note n° 9 doit se lire
SEC 737/3 du 10 mai 2000.
Concerne uniquement les versions :FR-DE-EN.

MITTEILUNG DER KOMMISSION

**AN DEN RAT, DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT,
DEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS,
DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN**

Eine Informations- und Kommunikationsstrategie für die Europäische Union

INHALTSVERZEICHNIS

MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DEN RAT, DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS, DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN **Eine Informations- und Kommunikationsstrategie für die Europäische Union** 1

Einführung 4

I. Die demokratische Herausforderung 6

1. Komplexe Bestandsaufnahme 6

1.1. Das Erscheinungsbild der Europäischen Union weist starke Gegensätze auf 6

1.2. Die Erwartungen der Bürger 7

2. Neue Formen des Regierens haben Vorrang 7

2.1. Der Befund 7

2.2. Eine gemeinsame Verantwortung 8

3. Ein neuer Ansatz wird gebraucht 8

3.1. Auf institutioneller Ebene 8

3.2. Bei der Öffentlichkeitsarbeit 9

II. Eine umfassende und kohärente Antwort 10

1. Klare Ziele 10

1.1. Ein wirklicher Dialog 10

1.2. ... auf der Grundlage einer zweistufigen Information 10

2. Größere Kohärenz 11

2.1. Ein gemeinsamer Bezugsrahmen 11

2.1.1. Ein roter Faden 12

2.1.2. Wesentliche Werte 13

2.2. Themen und Botschaften 13

2.2.1. Die Erweiterung 14

2.2.2. Die Zukunft der Europäischen Union 15

2.2.3. Raum der Freiheit, der Sicherheit und des Rechts 15

2.2.4. Die Rolle Europas in der Welt 15

2.3. Angesprochene Bevölkerungskreise 16

3. Ein globaler Prozess 18
3.1. Eine dynamischere Haltung 18
3.2. Eine Führungsaufgabe 18
3.3. Synergie der Instrumente 19
III. Eine schrittweise und zielgerichtete Verwirklichung 22
1. Die Differenzierung der interinstitutionellen Zusammenarbeit 22
1.1. Die GII 22
1.2. Die Ausarbeitung der Botschaften 23
2. Neue dezentralisierte Partnerschaft 24
2.1. Wirksamere Dezentralisierung 24
2.2. Bessere Teilung der Verantwortung 25
3. Eine bürgernahe Zusammenarbeit 26
SCHLUSSFOLGERUNG 29

ANHANG 1 ERARBEITUNG EINER BOTSCHAFT ÜBER DIE ERWEITERUNG AUS DER PERSPEKTIVE DER EUROPÄISCHEN UNION: EIN BEISPIEL 30

ERARBEITUNG EINER BOTSCHAFT ÜBER DIE ERWEITERUNG AUS DER PERSPEKTIVE DER KANDIDATENLÄNDER: EIN BEISPIEL 31

ANHANG 2 : ORGANISATIONSPLAN 32

ANHANG 3 : AKTIONSPLAN 33

ANHANG 4: FINANZBOGEN ZU RECHTSAKTEN 35

EINFÜHRUNG

In ihrer Mitteilung zu einem neuen Rahmen für die Zusammenarbeit bei Maßnahmen im Bereich der Informations- und Kommunikationspolitik[1] lud die Kommission die übrigen Institutionen und Organe der Europäischen Union sowie die Mitgliedstaaten ein, sich an ihren Bemühungen um eine Neugestaltung der Informations- und Kommunikationspolitik zu beteiligen.

Sie schlug darin einen neuen Rahmen für die interinstitutionelle Zusammenarbeit vor, damit eine eigenständige Informations- und Kommunikationsstrategie der Europäischen Union entwickelt und umgesetzt werden kann.

Mit diesem Vorschlag wurde den Wünschen des Europäischen Rats[2] entsprochen, der die Kommission, das Europäische Parlament und den Rat ersucht hatte, ihre Bemühungen um koordinierte, allgemeine Informationen über die Union und die optimale Nutzung bestehender Mittel zu bündeln. Die Kommission wurde eingeladen, "die allgemeine Frage der Informationspolitik der Union zu prüfen, auch im Hinblick auf eine bessere Koordinierung mit ihren Informationsstellen in den Mitgliedstaaten und in Bezug auf Verbindungen mit nationalen Informationsstellen".

Der Vorschlag war auch im Rahmen der Überlegungen des Europäischen Parlaments zu sehen, insbesondere im Anschluss an die Partnerschaft, die die Kommission bereits zum Thema Euro unter der Überschrift "Der Euro - eine Währung für Europa"[3] entwickelt hatte.

Im Anschluss an ihre Mitteilung lud die Kommission die übrigen Institutionen und Organe der Europäischen Union ein, aber auch die Mitgliedstaaten, über ihren Vorschlag zu diskutieren.

Sie begrüßt das Echo, das der Vorschlag beim Europäischen Parlament gefunden hat[4]. Sie begrüßt ferner, dass der Rat sowohl unter belgischem Vorsitz (zweites Halbjahr 2001) als auch unter spanischem Vorsitz (erstes Halbjahr 2002) dem neuen Aktionsrahmen zugestimmt hat.

Damit erkennt der Rat erstmals die bedeutende Verantwortung der Mitgliedstaaten für die Öffentlichkeitsarbeit über europäische Angelegenheiten an.

Die Kommission weiß das Engagement des Rates zu würdigen. Damit eröffnen sich neue Perspektiven für die notwendige Komplementarität der Informationsarbeit der EU-Organe und der Mitgliedstaaten.

---

1 KOM(2001)354 endg.

2 Europäischer Rat von Helsinki vom Dezember 1999.

3 Entschließung vom 14.3.2001 über die Informations- und Kommunikationsstrategie der Europäischen Union.

4 Entschließung vom 13.3.2002 über einen neuen Rahmen für die Zusammenarbeit bei Maßnahmen im Bereich der Informations- und Kommunikationspolitik der Europäischen Union.

In den Augen der Kommission entspricht diese Erkenntnis den Herausforderungen, denen die Europäische Union heute begegnen muss.

Die Voraussetzungen für die Erarbeitung und Umsetzung einer globalen und kohärenten Informations- und Kommunikationsstrategie der Europäischen Union sind zurzeit gegeben. Diese Strategie soll zu einer besseren Wahrnehmung der Existenz und Rolle der EU seitens der Unionsbürger führen.

Selbstverständlich muss aber eine solche Strategie schrittweise und empirisch entwickelt werden und reicht allein nicht aus, um den Anforderungen an gutes Regieren oder dessen, was als "demokratische Herausforderung" bezeichnet wird, zu genügen. Wohl aber kann eine solche Strategie dazu beitragen, indem sie einen öffentlichen Raum für die Europa-Debatte schafft. Die Mitgliedstaaten werden aufgefordert, sich daran zu beteiligen.

Im Übrigen erhebt die Strategie nicht den Anspruch, den gesamten Informations- und Kommunikationsbedarf der EU-Organe oder sämtliche Maßnahmen in diesem Bereich abzudecken, sondern ergänzt die Tätigkeit der Sprecherdienste.

Vor allem erfasst sie nicht die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, welche die Generaldirektionen der Kommission in ihren jeweiligen Zuständigkeitsbereichen durchführen. Doch soll sie aufgrund ihrer komplementären Ausrichtung zu einer Bündelung der sektoralen Informationsarbeit beitragen, um die Kohärenz der Informations- und Kommunikationspolitik zu stärken[5].

Die Strategie soll unter Berücksichtigung der institutionellen und politischen Zwänge der Union die notwendige Grundlage für die Entwicklung einer gemeinsamen Kommunikationspolitik der EU-Organe unter Wahrung ihrer jeweiligen Rolle und Besonderheiten schaffen.

---

[5] Allerdings werden ergänzende Informationsmaßnahmen der Kommission in Drittländern davon nicht berührt.

I. Die demokratische Herausforderung

1. KOMPLEXE BESTANDSAUFNAHME

Ebenso wie die Mitgliedstaaten bekommt die Europäische Union das allgemeine Desinteresse an der Politik voll zu spüren. Diese Krise der repräsentativen Demokratie tritt auf europäischer Ebene noch deutlicher zutage, da die Legitimität der europäischen Institutionen für die Bürger nicht deutlich erkennbar ist.

Die gegenwärtigen Umstände mit ihren neuen Herausforderungen für die Union tragen nicht zur Klärung der Verhältnisse bei, wie die jüngsten Referenden oder Wahlen zeigen.

Kurz vor der Erweiterung und parallel zu den Arbeiten des Konvents zur Zukunft der Europäischen Union und in einem Klima der Verständnislosigkeit gegenüber dem Globalisierungsprozess ist es notwendiger denn je, dass das europäische Projekt für sinnvoll gehalten wird und klare Konturen erkennen lässt.

In der Erklärung von Laeken haben die Staats- und Regierungschefs festgestellt, dass die Europäische Union ohne die Unterstützung ihrer Bürger keine weiteren Fortschritte mehr erzielen könnte.

1.1. Das Erscheinungsbild der Europäischen Union weist starke Gegensätze auf

Die Staats- und Regierungschefs haben damit anerkannt, dass die europäischen Institutionen nur mit Hilfe der vereinten Bemühungen der Europäischen Institutionen und der Mitgliedstaaten bürgernäher werden und die Bürger für die großen Ziele der Union gewonnen werden können. Wenn das Informationsdefizit überwunden werden soll, ist es aber nicht mit dieser Zusammenarbeit getan. Viele Bürger begreifen ganz einfach nicht, welche Aufgaben die Europäische Union hat: Viele Menschen meinen, die Union solle sich eher um ihre konkreten Anliegen kümmern, andere wiederum, sie mische sich allzu sehr in die Einzelheiten von Angelegenheiten ein, die von der Natur her den einzelnen Staaten oder Regionen vorbehalten seien. Manche sehen in der Tätigkeit der EU eine Bedrohung ihrer eigenen Identität.

Die meisten Menschen sehen jedoch die Union im Allgemeinen als das Gebilde, in dem die für unseren Kontinent kennzeichnenden Werte Freiheit, Solidarität und Vielfalt vereinigt sind, und viele sind der Überzeugung, es sei nun an der Zeit, dass Europa seine Verantwortung weltweit wahrnehme.

Wie es dazu in der Erklärung von Laeken heißt: "Das Bild eines demokratischen und weltweit engagierten Europas entspricht genau dem, was der Bürger will".

1.2. Die Erwartungen der Bürger

Die zu diesem Thema vorliegenden Untersuchungen[6] zeigen, dass die Herausforderungen, denen sich die Europäische Union künftig stellen muss, von den Bürgern recht einheitlich gesehen werden:

- Ausgleich der Wirtschaftsbedingungen und Entwicklung der Solidarität (innerhalb der Union, aber auch mit den ärmsten Ländern der Welt) ;
- Globalisierung, wenngleich dieser Begriff vorerst noch ziemlich vage ist ;
- Schutz der Umwelt (im Innern, aber auch weltweit)
- Frieden und Sicherheit (auch hier wieder innerhalb Europas und in der Welt), einschließlich der Bewältigung der Migrationsströme.

Diese weitgehend übereinstimmende Problemerkenntnis stößt sich aber an einer weit verbreiteten Unkenntnis der bisherigen Errungenschaften beim Aufbau der Gemeinschaft, aber auch der Funktionsweise der Europäischen Union und ihrer tatsächlichen Kapazitäten. Besonders groß scheint diese Unkenntnis in den jüngeren Altersgruppen der Bevölkerung zu sein.

Die Bürger sind sich darüber im Klaren, dass sie nur sehr wenig über die europäischen Angelegenheiten informiert sind. Für ihre Unkenntnis oder ihre falschen Vorstellungen machen sie gern die Medien und ihre eigenen Regierungen, aber auch die europäischen Institutionen verantwortlich.

Der Kampf gegen Ignoranz und Gleichgültigkeit ist für die Europäische Union zu einem zwingenden Gebot geworden. Es sei nur daran erinnert, dass die Wahlbeteiligung bei den Wahlen zum Europäischen Parlament von 63 % im Jahr 1979 auf 49 % im Jahr 1999 zurückgegangen ist.

2. NEUE FORMEN DES REGIERENS HABEN VORRANG

Die Unkenntnis oder sogar Verständnislosigkeit, welche die Beziehungen zwischen den Bürgern und der Europäischen Union prägen, muss keineswegs als unabwendbares Schicksal hingenommen werden. Diese Situation erklärt sich vor allem durch den komplexen Charakter der europäischen Prozesse, aber auch durch das Fehlen einer Informations- und Kommunikationspolitik der Europäischen Union sowohl seitens der europäischen Institutionen als auch der Mitgliedstaaten selbst.

2.1. Der Befund

In ihrem Weißbuch "Europäisches Regieren"[7] hat die Kommission anerkannt, dass eine wirkliche Informations- und Kommunikationspolitik der erste strategische Schritt zur Entwicklung besserer Formen europäischen Regierens ist.

---

6 OPTEM-Studie, Mai 2002.

7 KOM(2001)428 endg.

"Die Organe sollten transparenter arbeiten und gemeinsam mit den Mitgliedstaaten erklären, was die EU tut und wie Entscheidungen zustande kommen. Sie sollten eine Sprache verwenden, die jedermann verstehen kann. Dies ist deshalb so wichtig, weil es helfen kann, das Vertrauen in komplexe Institutionen zu stärken."

Innerhalb der Mitgliedstaaten wie auch auf europäischer Ebene hängt die Demokratie davon ab, ob sich die Bürger an der öffentlichen Debatte beteiligen können. Die EU-Organe müssen sich mit Unterstützung der Mitgliedstaaten unverzüglich dieser Herausforderung stellen, die mit der Erweiterung noch größer wird.

2.2. Eine gemeinsame Verantwortung

Wie kann nun die Qualität der öffentlichen Debatte in Europa verbessert werden?

Der europäische öffentliche Raum braucht zeitliche, räumliche und ideologische Bezugspunkte. Gebraucht werden auch Akteure und Mitwirkende, die diesen Raum gestalten. Dazu müssen alle Repräsentationsformen (Meinungen, Interessen, parlamentarische usw.) auf europäischer Ebene entwickelt, aber auch alle Formen der Zusammenarbeit zwischen Journalisten, den großen Medien und den institutionellen Akteuren auf nationaler Ebene genutzt werden.

Im Rahmen dieser gemeinsamen Verantwortung von Union und Mitgliedstaaten müssen alle Partner eine kohärentere und verantwortungsvollere Informations- und Kommunikationspolitik entwickeln, damit in Europa und in den einzelnen Mitgliedstaaten wieder der Sinn für das Ganze, für die Zugehörigkeit zu ein und derselben Gemeinschaft gestärkt wird.

Die Union muss ihre Informationspolitik nach einer umfassenderen Thematik gestalten, und die Mitgliedstaaten müssen sich bereitfinden, über europäische Angelegenheiten nicht mehr nur unter rein nationalen Gesichtspunkten zu kommunizieren, da dies häufig zu einer verengten Sicht der Dinge führt.

3. EIN NEUER ANSATZ WIRD GEBRAUCHT

Dieser übereinstimmende Befund, der von allen führenden Politikern in Europa geteilt wird, hat zu einer Sensibilisierung geführt, bei der sich schließlich ein neuer politischer Wille herauskristallisiert hat, die Bürger besser am europäischen Entscheidungsprozess teilhaben zu lassen. Der Wandel, den die Europäische Union erlebt, verlangt heute einen neuen Ansatz.

3.1. Auf institutioneller Ebene

Aus diesem politischen Willen heraus ist eine andere Methode zur Überarbeitung der Verträge mit Blick auf die Erweiterung entwickelt worden: Der Konvent über die Zukunft der Europäischen Union, der nach der Erklärung von Laeken eingesetzt wurde, arbeitet heute höchst transparent.

Dieser politische Wille hat auch die Staats- und Regierungschefs veranlasst, die Zivilgesellschaft und die Bürger aufzufordern, sich möglichst zahlreich an der europäischen Debatte zu beteiligen.

3.2. Bei der Öffentlichkeitsarbeit

Eine solche Dynamik kann sich jedoch nur auf der Grundlage einer "informierten" und aufgeklärteren europäischen Debatte entwickeln.

Die EU-Organe und die Mitgliedstaaten haben daher erneut den politischen Willen bekundet, eine konzentrierte Informationsstrategie im Zusammenhang mit den großen Themen der Europäischen Union zu entwickeln. Dieser neue gemeinsame Ansatz dürfte durch den Einsatz der jeweiligen Mittel der einzelnen Partner zu Synergieeffekten führen, wobei die Europäische Union dank der Beteiligung der Mitgliedstaaten die Möglichkeit hat, mit einer Stimme zu sprechen und ihre Botschaften mit dem notwendigen Multiplikatoreffekt zu vermitteln, der ihr bisher fehlte.

Die Herausforderung ist gewaltig, und die verfügbaren Mittel sind begrenzt. Die Kommission schlägt daher einen realistischen und schrittweisen Ansatz vor, der sich auf zwei Kernpunkte stützt:

- eine Kapazität für die Europäische Union zur Erarbeitung und Verbreitung geeigneter und gezielter Botschaften über ihre vorrangigen Informationsthemen

- eine freiwillige, operative Partnerschaft mit den Mitgliedstaaten, die die Entwicklung wirklicher Synergieeffekte zwischen den Strukturen und Kapazitäten der Mitgliedstaaten in Ergänzung der Maßnahmen der Europäischen Union ermöglicht.

II. Eine umfassende und kohärente Antwort

Um sich diesen Herausforderungen zu stellen, braucht die Europäische Union eine Strategie, die auf klaren Zielen beruht und mit der auf kohärente Weise eine Zusammenstellung von Botschaften zu den einzelnen Themen im Rahmen eines Gesamtprozesses sowohl innerhalb der EU-Organe als auch mit den Mitgliedstaaten entwickelt werden kann.

1. KLARE ZIELE

Welche Ziele soll sich die Europäische Union zur Entwicklung einer Informations- und Kommunikationsstrategie setzen?

1.1. Ein wirklicher Dialog ...

Neutrale Sachinformationen sind zwar notwendig, reichen jedoch nicht aus. Die Erfahrung lehrt, dass eine Information niemals neutral bleiben kann, weil ihre Darstellung ständig von den Medien, den Stellen, die die Informationen weiterleiten, und sonstigen Meinungsführern verändert wird.

Eine Kommunikation der Europäischen Union, die diesen Namen wirklich verdient, darf sich daher nicht auf die einfache Weitergabe von Informationen beschränken, sondern muss den Sinn ihres Handelns deutlich machen, dafür sorgen, dass ihre Tätigkeit und ihre Politik verstanden und in der richtigen Perspektive gesehen wird, und sie muss einen Dialog in der Öffentlichkeit der einzelnen Länder in Gang bringen, damit die Bürger stärker als bisher an der europäischen Debatte partizipieren.

Ziel dieser neuen Strategie muss es somit sein, das Bewusstsein zu schärfen, Ignoranz und Gleichgültigkeit zu bekämpfen, damit eine solide Grundlage für eine gute Erledigung der öffentlichen Angelegenheiten, eine wohlverstandene "Gouvernance" zwischen der Europäischen Union und ihren Bürgern gewährleistet wird. In erster Linie geht es dabei darum, den Bürgern ein besseres Bild von der Europäischen Union zu vermitteln, mit einem Wort: das Bewusstsein für die europäische Dimension der Unionsbürgerschaft zu schärfen.

1.2. ... auf der Grundlage einer zweistufigen Information

Selbstverständlich muss diese Strategie der besonderen Natur der Europäischen Union Rechnung tragen, die nicht mit der einer Regierung gleichzusetzen ist.

Die Europäische Union muss eine Didaktik für ihre Rolle und ihre Aufgaben entwickeln. Über das Bildungswesen im engeren Sinn hinaus - über das sich die Mitgliedstaaten ganz speziell Gedanken machen sollten - muss die Europäische Union im Interesse besseren Regierens ihre Politik durch einen mehr didaktischen Ansatz vermitteln.

Dieser didaktische Ansatz käme vor allem auf zwei Ebenen zum Zuge:

- Zunächst über eine allgemeine Information, die das Bewusstsein für die Existenz der Union und ihre Legitimität durch Aufwertung ihres Erscheinungsbildes und ihrer Rolle schärft. Es würde sich empfehlen, dass die europäischen Institutionen und die Mitgliedstaaten gründliche Überlegungen über diesen Punkt anstellen.

- Sodann im Zusammenhang mit den großen Projekten und Zielen der Europäischen Union, die die europäischen Institutionen im Rahmen des PRINCE-Programms (Programm zur Information des europäischen Bürgers) im Rahmen des zurzeit geltenden neuen interinstitutionellen Rahmens entwickeln.

Im Interesse einer wirkungsvolleren und besseren Kommunikation muss die Europäische Union nach und nach für ein besseres Image sorgen.

Die Europa-Debatte muss dynamischer gestaltet werden, damit die Bürger die Informationen und Erklärungen, die ihnen gegeben werden, leichter mit den Projekten der Europäischen Union in Zusammenhang bringen können.

Ziele:

Verbesserung des Images der Europäischen Union und ihrer Organe sowie ihrer Legitimität in der Öffentlichkeit durch Vertiefung der Kenntnisse und des Verständnisses für ihre Aufgaben, ihre Strukturen und ihre Leistungen und durch einen Dialog mit den Bürgern.

2. GRÖßERE KOHÄRENZ

Information und Kommunikation dürfen nicht länger als eine Art sekundäres Anhängsel oder zusätzliche Belastung für die Arbeit der Europäischen Union betrachtet werden.

Der Erfolg der Politik und der Initiativen der Europäischen Union wird u.a. von der Entwicklung einer geeigneten Informations- und Kommunikationsstrategie abhängen.

Dazu bedarf es allerdings eines wirklichen kulturellen Wandels der europäischen Institutionen auf allen Kompetenzebenen.

Die Aneignung dieser neuen Kommunikationskultur muss über die methodische und kohärente Neugestaltung des Erscheinungsbildes der Europäischen Union vollzogen werden.

Der erste Schritt dazu wäre die Schaffung einer Kapazität zur Entwicklung eines EU-eigenen Vorrats an Botschaften.

2.1. Ein gemeinsamer Bezugsrahmen

Eine solche Kapazität setzt einen sämtlichen EU-Organen gemeinsamen Bezugsrahmen voraus, der als Grundlage für eine Zusammenstellung von Botschaften für die verschiedenen großen Politikfelder der Europäischen Union dient.

2.1.1. Ein roter Faden

Damit die Europäische Union eigenverantwortlich ihr Erscheinungsbild und damit ihre Botschaften gestalten kann, muss sie gleichsam einen "roten Faden" finden, der anhand bestimmter allgemeiner und einheitlicher Begriffe die Existenzberechtigung der Europäischen Union deutlich macht und den EU-Organen und den Mitgliedstaaten einen thematischen Bezugsrahmen für die schlüssige Vermittlung bestimmter Botschaften bietet.

Praktisch geht es darum, die im Vertrag über die Europäische Union (Artikel 2 und 6) niedergelegten wichtigsten Ziele der Union in einfache und konsensuelle Kommunikation umzusetzen.

Dieser rote Faden muss als eine Art zentraler und konstanter Bezugsrahmen für die gesamte Informationsarbeit sowohl den unterschiedlichen Einstellungen zum Europa-Projekt Rechnung tragen als auch den Bedürfnissen der EU-Organe, der Mitgliedstaaten und der Bürger selbst entsprechen.

Seinen konkreten Ausdruck muss er in einfachen, von allen EU-Organen akzeptierten Aussagen finden, die die Besonderheit und Realität eines echten europäischen "Mehrwerts" deutlich werden lassen.

Ersten einschlägigen Untersuchungen zufolge müsste der "rote Faden" für die Informationsarbeit der Europäischen Union folgende Leitbegriffe aufgreifen:

- die Vorzüge des Austauschs (Freiheiten, Vielfalt, Humanismus);
- den Mehrwert in Form von Effizienz und Solidarität;
- den Begriff des Schutzes;
- die Rolle Europas in der Welt.

Dank dieser Leitbegriffe könnten den Bürgern bestimmte Kraftlinien der Existenzberechtigung und Tätigkeit der Europäischen Union deutlicher vor Augen geführt werden.

Der rote Faden könnte durch folgende Leitgedanken zum Ausdruck gebracht werden:

- die Europäische Union ist Garantin von Freiheit, Wohlstand und Sicherheit für die Europäer;
- die Europäische Union verkörpert ein solidarisches, dynamisches, die Vielfalt achtendes Gesellschaftsmodell;
- die Europäische Union gibt uns die Möglichkeit, eine unseren Werten und unserem Gewicht entsprechende Rolle in der Welt zu spielen.

Mithilfe dieser Leitgedanken sollen Sprache und Darstellung der verschiedenen Botschaften für die einzelnen Zuständigkeitsbereiche der Europäischen Union auf eine solide Grundlage gestellt werden.

2.1.2. Wesentliche Werte

Die Umsetzung dieser Leitgedanken in konkrete und für die Bürger verständliche Botschaften verlangt, dass sie durch bestimmte Werte gefiltert werden, die die Hauptziele der Europäischen Union kennzeichnen.

Im Rahmen einer kontrollierten Informationsstrategie müssen diese Werte implizit mit den konkreten Zielen der Gemeinschaftsmaßnahmen verknüpft sein, und sie müssen den Vorstellungen entsprechen, die sich die Bürger gemeinhin von der Europäischen Union machen. Dieser Werte werden das "unsichtbare" Fundament der Kommunikation bilden, so dass die politischen Ziele der Union schlüssiger dargestellt werden können, auch bei der Zusammenstellung der Botschaften, die die Europäische Union braucht, um sich Gehör zu verschaffen.

Ersten Untersuchungen[8] zufolge werden diese Werte bislang kaum zum Ausdruck gebracht. Und doch gibt es diese Werte, die einer positiven und notwendigen Wahrnehmung der europäischen Integration entsprechen. Dieses positive Bild kann sowohl in Form kollektiver als auch individueller Nutzeffekte dargestellt werden.

Implizite Grundwerte für die Kommunikation:

- Annäherung und Austausch: Chancen;

- Gleichheit und Solidarität: Wohlstand;

- Schutz: Sicherheit.

Diese Werte müssen in ihrer Funktion als roter Faden noch getestet und danach von den EU-Organen als gemeinsamer thematischer Bezugsrahmen bestätigt werden.

2.2. Themen und Botschaften

Im Interesse der Kohärenz ranken sich die Hauptthemen, die die Kommission vorschlägt, um die politischen Prioritäten der Europäischen Union für die kommenden Jahre.

Diese fügen sich insbesondere in den Rahmen der vier strategischen Ziele ein, die von der Kommission zu Beginn ihres Mandats festgelegt wurden und alljährlich auf interinstitutioneller Basis durch den APS-Beschluss bestätigt werden: Förderung neuer europäischer Entscheidungsstrukturen, Stabilisierung unseres Kontinents und größeres Mitspracherecht Europas in der Welt, Entwicklung einer neuen wirtschafts- und sozialpolitischen Agenda und bessere Lebensqualität für alle.

[8] OPTEM-Studie, Mai 2002.

In Abstimmung mit ihren Partnern hatte die Kommission bereits drei vorrangige Informationsthemen festgelegt:

- Erweiterung;

- Zukunft der Europäischen Union;

- Raum der Freiheit, der Sicherheit und des Rechts.

Die Kommission bestätigt diese vorrangigen Themen und schlägt vor, das Thema "Rolle der Europäischen Union in der Welt" als weitere Priorität hinzuzufügen.

Ausgehend von diesen vorrangigen Informationsthemen muss die Abgrenzung und Entwicklung der wichtigsten Botschaften den Bedürfnissen und Anliegen der Bürger entgegenkommen. Außerdem müssen diese Botschaften in einer bürgernahen Sprache formuliert werden: Eine wirkungsvolle Kommunikation muss vom Blickwinkel des Bürgers und nicht der EU-Organe ausgehen.

Die europäischen Bürger stellen präzise Forderungen: Wahrung von Frieden und Sicherheit, Abbau der Arbeitslosigkeit, Bekämpfung von Verbrechen und organisiertem Menschenhandel, Minderung der Armut, Gewährleistung der Chancengleichheit und Umweltschutz.

Diese Anliegen stehen nicht im Widerstreit zu den vorgeschlagenen Themen. Vielmehr ist das Gegenteil der Fall.

Effektiv besteht das eigentliche Ziel der Kommunikation darin, den unmittelbaren Zusammenhang zwischen der einen oder anderen politischen Priorität und dem Lebensumfeld und der Lebensqualität eines jeden Bürgers aufzuzeigen.

2.2.1. Die Erweiterung

Der vorgeschlagene Ansatz stellt die Kommunikationsstrategie zur Erweiterung, die von der Kommission im Mai 2000[9] festgelegt wurde, nicht in Frage, sondern ergänzt sie.

Angesichts der Ergebnisse des Eurobarometer (83 % der Bürger betrachten sich als nicht oder schlecht informiert) müsste beispielsweise die Kommunikation zum Thema Erweiterung in erster Linie eine genauere Bestimmung der Beitrittszeitpunkte ermöglichen (Wann werden welche Länder der Union beitreten?). Inhaltlich könnte sie sich in den Mitgliedstaaten auf folgende Schwerpunkte stützen:

- den legitimen Anspruch dieser Länder auf den EU-Beitritt (Chancen);

- die beträchtlichen Anstrengungen dieser Länder zur Übernahme des Acquis communautaire (Sicherheit);

[9] SEC 737/3 vom 10. Mai. 2000.

- der unbestreitbare Nutzen der Erweiterung, die letzten Endes der gesamten Union zugute kommen wird (Wohlstand).

Somit beruhen die Ziele der Union implizit auf den Werten: Chancen, Sicherheit und Wohlstand. Die Botschaften sollen diese Werte näher erläutern (siehe Anhang 1).

2.2.2. Die Zukunft der Europäischen Union

Das Thema "Zukunft der Europäischen Union" stößt auf eine völlige Unkenntnis der Arbeitsweise der Europäischen Union und der erforderlichen Reformen.

Die Entwicklung dieses Themas entspricht ebenfalls dem Bedürfnis, über Informationen allgemeiner Art ein Mindestmaß an Grundwissen und Erläuterungen zur Funktionsweise der EU-Organe zu vermitteln.

Dieses Thema entspricht aber auch der aktuellen Notwendigkeit, die Arbeiten des Konvents zur Zukunft der Europäischen Union zu erläutern und zu gegebener Zeit ins rechte Licht zu rücken.

Im Mittelpunkt muss dabei der Inhalt des vom Konvent erarbeiteten Vorschlags unter Berücksichtigung der Tatsache stehen, dass die Notwendigkeit, die Mechanismen der EU-Organe an eine erweiterte Union anzupassen, kaum bezweifelt wird, auch wenn manche fürchten, es könne dadurch eine starke Zentralgewalt entstehen, die sich der Kontrolle der Mitgliedstaaten entzieht.

2.2.3. Raum der Freiheit, der Sicherheit und des Rechts

Die Verwirklichung des Raums der Freiheit, der Sicherheit und des Rechts scheint ein besonders konkretes Thema zu sein, das um folgende Fragen kreisen könnte:

- Zuwanderung: Kein Mitgliedstaat kann allein die Kontrolle der Grenzen sicherstellen oder gegen die grenzüberschreitende Kriminalität vorgehen. Die Europäische Union liefert eine gemeinsame Antwort auf das Phänomen der Migration.

- Menschenrechte: Die Zugehörigkeit zur Union bedeutet Freiheit, Demokratie und Achtung der Grundwerte. Der Europäische Raum der Freiheit und des Rechts muss konsolidiert und verstärkt werden.

- Unionsbürgerschaft: Mit der Schaffung dieses Raums kann sich das Konzept der Unionsbürgerschaft, welche die nationale Staatsbürgerschaft ergänzt und nicht ersetzt, voll entfalten.

2.2.4. Die Rolle Europas in der Welt

Das Thema "Europas Rolle in der Welt" kann aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden (Politik der guten Nachbarschaft, nachhaltige Entwicklung, Nahrungsmittelhilfe usw.)

Ein Thema wie die Globalisierung bietet dabei ein weites Feld für die Kommunikation. Die Herausforderungen der Globalisierung verursachen oftmals Ängste, auch wenn dieser Begriff manchmal ziemlich unklar bleibt.

Um die Befürchtungen, die die Europäer hinsichtlich ihres eigenen Geschicks beim Globalisierungsprozess hegen, zum Teil auszuräumen, muss nach Möglichkeit bewiesen werden, dass Europa bei der Kontrolle und Regulierung der Globalisierung effizienter und wettbewerbsfähiger ist, als die Europäer meinen.

Folgende Kommunikationsschwerpunkte sollten näher erforscht werden:

- die Vorteile multilateraler Handelsverhandlungen;
- der Wille der Union, in der Welt ausgleichend zu wirken (Öffnung gegenüber den Entwicklungsländern, Empfänglichkeit für nachhaltige Entwicklung);
- die Stärke eines einigen Europas, das mit einer Stimme spricht;

Natürlich könnten im Rahmen dieses Themenbereichs auch andere Fragen behandelt werden.

Die Politik der guten Nachbarschaft der Europäischen Union gegenüber den angrenzenden Regionen erscheint als eine wichtige Dimension der Außenpolitik der Union.

Angesichts der ersten Polizei- und Militäreinsätze in Bosnien verdient zweifellos die europäische Verteidigung ebenfalls Aufmerksamkeit.

Über die Vermittlung klarer, einfacher und didaktischer Botschaften hinaus muss aber die Europäische Union auch beweisen, dass diese Botschaften keine leeren Versprechungen sind. Wenn die Aussagen der Union nicht durch konkrete, positive Beispiele erhärtet werden, die bei weiten Teilen der Bevölkerung auch wirklich ankommen, werden sie keine positive Aufnahme finden.

2.3. Angesprochene Bevölkerungskreise

Die Europäische Union muss eine gezielte Kommunikation betreiben. Je nachdem, ob der Dialog mit Multiplikatoren oder mit der breiten Öffentlichkeit in den einzelnen Mitgliedstaaten aufgenommen wird, ergeben sich unterschiedliche Anforderungen.

So müssen Informationen mindestens auf zwei Ebenen mithilfe differenzierter Botschaften und angemessener Instrumente vermittelt werden: Manche Informationen sind für interessierte und zum Teil bereits informierte Bevölkerungsgruppen bestimmt, andere wiederum für Menschen, die der Europäischen Union gleichgültig gegenüberstehen und nur wenig über ihre Tätigkeiten wissen: Eine echte Herausforderung der neuen Strategie besteht darin, dass man sich nicht damit begnügen darf, das Gespräch nur mit dem natürlichen Kreis der "Eingeweihten" zu suchen.

Außerdem müssen die Informationen und Botschaften den jeweiligen Realitäten, Sprachen und Wahrnehmungen vor Ort angepasst sein und auf die besonderen

Interessen und Anliegen der einzelnen Zielgruppen eingehen. Diese Zielgruppen sollen nach Kommunikationsplänen ausgewählt werden, die für die einzelnen vorrangigen Themen mit den Mitgliedstaaten vereinbart werden.

Bei den Zielgruppen sind u.a. Meinungsführer wie Politiker, Persönlichkeiten der Zivilgesellschaft, die Medien und Wirtschaftsvertreter zu berücksichtigen, aber auch spezielle Gruppen der breiten Öffentlichkeit wie Jugend, Frauen, Familien, Erwerbstätige usw.

Bei der Verbreitung didaktischer Informationen über die Europäische Union müssen Jugendliche und der Bildungssektor im Mittelpunkt stehen.

Für jedes Thema:

- sind eine Strategie und Botschaften für ein bereits "informiertes" Publikum auszuarbeiten;

- sind eine Strategie und Botschaften für die breite Öffentlichkeit auszuarbeiten.

3. EIN GLOBALER PROZESS

Damit die Europäische Union ihre Kommunikation besser steuern kann, muss sie ihre Informationspolitik in einen schlüssigen Gesamtrahmen einfügen und dabei die politische Führung übernehmen.

Die Entwicklung dieser neuen Strategie, die notwendige Festlegung ihres eigenen Images und die Fähigkeit zur Ausarbeitung ihrer eigenen Botschaften zwingt die Europäische Union und ihre Organe dazu, ihre Informations- und Kommunikationspolitik von Grund auf zu ändern.

3.1. Eine dynamischere Haltung

Die Europäische Union darf sich nicht mehr mit Reaktionen begnügen, sondern muss die politische Notwendigkeit, von sich aus über vordringliche Themen nach einem vorhersehbaren Zeitplan zu informieren, in ihre Arbeitsweise aufnehmen, damit eine sachkundigere Debatte über ihre Ziele zustande kommen kann.

Es liegt jedoch auf der Hand, dass die Organe der Union auch gemeinsam nicht in der Lage sind, die Bürger direkt zu erreichen.

Der Erfolg dieser Strategie hängt daher unmittelbar von der Unterstützung durch die Mitgliedstaaten ab. Der Multiplikatoreffekt der Ressourcen, der Verbreitungskanäle, des Fachwissens, der Informationsabteilungen und der wichtigsten Ministerien der Mitgliedstaaten ist für die Verwirklichung der in dieser Mitteilung angestrebten Ziele, insbesondere einer besseren Partnerschaft mit der Zivilgesellschaft unerlässlich.

Die Einbindung aller Partner erfordert ein echtes Engagement auf höchster Ebene der EU-Organe und der Mitgliedstaaten. Dieses politische Engagement muss sich sowohl auf die Verfahrensebene als auch den gemeinsamen Bezugsrahmen erstrecken, an den sich jeder solange zu halten hat, bis einvernehmlich eine Änderung beschlossen wird.

Ein besonders großes Manko ist die "Gesichtslosigkeit" der Europäischen Union für die Bürger. Über die Dezentralisierung, über die eingeführten Informationsstellen und Netzwerke hinaus sollte die Europäische Union überlegen, wie sie mit wirklichen Meinungsführern - als Schaltstellen dienende Persönlichkeiten - in jedem Mitgliedstaat zusammenarbeiten kann, damit sie für den Bürger (auf den Bildschirmen und vor Ort) sichtbar wird. Es versteht sich von selbst, dass dabei den Mitgliedern der europäischen Organe, aber auch den Politikern in Bund, Ländern und Gemeinden eine besondere Verantwortung zufällt. Auch die Unternehmen und/oder die Hochschulen sollten in nicht unerheblichem Maße einbezogen werden.

3.2. Eine Führungsaufgabe

a) Die Ausarbeitung von Botschaften über wichtige Themen setzt eine eingehende Analyse des Meinungsbildes in den Mitgliedstaaten voraus. Die Europäische Kommission verfügt über die Sachkunde und die Fähigkeit zu einer unionsweiten Bewertung dieser Art. Mit Hilfe des Eurobarometers, von Meinungsumfragen und Analysen, die von ihr ausgewertet werden, kann sie das Stimmungsbild

regelmäßig feststellen. Ihre entsprechenden Analysefähigkeiten wird sie erheblich weiterentwickeln müssen, damit sie angemessene Informationen nicht nur intern, sondern auch an die übrigen EU-Organe und natürlich an alle führenden Politiker der Union verbreiten kann.

Bei dieser Arbeit darf auf die Analysen der Mitgliedstaaten nicht verzichtet werden. Die Kommission möchte mehr über die Entwicklung der öffentlichen Meinung in den Mitgliedstaaten erfahren und dazu regelmäßiger mit den für Meinungsumfragen zuständigen Stellen zusammenarbeiten. Diese Zusammenarbeit soll ihr die Möglichkeit bieten, auf die konkreten Erwartungen und Bedürfnisse der Bürger besser reagieren zu können.

Die intensivere Beobachtung des Stimmungsbildes - was konkret zur Schaffung eines Extranet zwischen allen beteiligten Partnern führen könnte - wird auch bei der Ausarbeitung von Botschaften zu einzelnen Themen oder Informationskampagnen von Nutzen sein.

b) Die Globalität des Prozesses ist durch die Abstimmung aller Informationsmaßnahmen auf den Arbeitsplan der Union zu wahren, damit der Informations- und Kommunikationsprozess möglichst sichtbar und aktuell ist. Auch hier sollte die Planung der Europäischen Kommission zufallen, die aufgrund ihrer Initiativfunktion im Mittelpunkt des Entscheidungsprozesses steht.

c) Die Verwirklichung einer solchen Dezentralisierung erfordert echte "Führung", um den gesamten Prozess steuern und lenken zu können. Die Kommission muss diese Verantwortung übernehmen, damit sie die Maßnahmen sowohl zwischen den EU-Organen und den Mitgliedstaaten als auch intern zwischen den verschiedenen Generaldirektionen besser abstimmen kann.

Die Kommission muss, damit sie ihre Aufgabe erfüllen kann, die Informationsmaßnahmen der Europäischen Union und der Mitgliedstaaten alljährlich bewerten. Zusammen mit den übrigen Organen ist eine Erfolgskontrolle dieser Bewertungen auszuarbeiten, die sich auf gemeinsame Vorgaben stützen könnte.

Wie bei der Euro-Kampagne müssen alle wichtigen Informationskampagnen während ihrer gesamten Laufzeit bewertet werden.

Die Kommission muss sich um eine mehrjährige Planung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen bemühen, um die erforderliche Kontinuität der wichtigsten Informationsmaßnahmen mit den übrigen EU-Organen und den Mitgliedstaaten gewährleisten zu können. Diese Mehrjahresplanung ist der Interinstitutionellen Gruppe Information (GII) zur politischen Billigung vorzulegen.

3.3. Synergie der Instrumente

Bei dieser Strategie fungiert die GD PRESS der Kommission, wenn sie eine zentrale Rolle übernehmen soll, keineswegs als allwissende und allmächtige Kraft, sondern eher als Dienstleister und Koordinator gegenüber den anderen Generaldirektionen, den übrigen Organen und den Mitgliedstaaten.

Im Dienste ihrer Partner muss sie unter der politischen Federführung des Präsidenten oder des zuständigen Mitglieds der Kommission in Verbindung mit dem Mitglied der Kommission handeln, das für das betreffende Informationsthema in erster Linie verantwortlich ist.

Dieses Erfordernis, sich in den Dienst der politischen Führung zu stellen, gilt natürlich nicht nur für die Vertretungen der Kommission, sondern auch für das gesamte Instrumentarium, das ihr zur Verfügung steht und für die neue Strategie optimiert werden muss.

- Das Eurobarometer ist auf die jeweiligen Informationsthemen abzustellen. Die laufende Analyse der öffentlichen Meinung, die mit diesem Instrument vorgenommen werden kann, soll nicht in Frage gestellt, sondern im Rahmen einer Mehrjahresplanung weiterentwickelt werden, um die Meinung der Öffentlichkeit in den Mitgliedstaaten zu den betreffenden Themen hinreichend feststellen und auf die Erwartungen der Bürger mit der erforderlichen Öffentlichkeitsarbeit reagieren zu können.

  Jetzt schon zu überlegen, wie es möglichst zuverlässig und kontinuierlich auf die Kandidatenländer ausgedehnt werden kann.

- Die Europa-Internetseite bleibt ein wichtiges Instrument, mit dem die EU-Organe den Bürgern nähergebracht und der Meinungsaustausch zwischen den EU-Bürgern gefördert werden kann. Die Internetseite könnte weiter ausgebaut werden, um sie auf die Informationsbedürfnisse der breiten Öffentlichkeit zuzuschneiden und den Zugang zu den Informationsquellen zu erleichtern, die unmittelbar mit den gewählten Schwerpunktthemen zusammenhängen.

  Auch die interaktive Dimension dieser Strategie darf nicht vergessen werden: Ein echter Dialog mit den Bürgern erfolgt zwangsläufig über Vektoren wie das Internet, aber auch über Instrumente des direkten Zugangs zu den EU-Organen, wie Europe Direct, die auf interinstitutioneller Basis zunächst in Bezug auf die vorrangigen Institutionsthemen, aber auch generell weiterentwickelt werden müssen, damit alle Fragen, die das tägliche Leben der europäischen Bürger berühren, direkt beantwortet werden können.

- Im Übrigen bleiben die traditionellen Publikationen für einen Großteil der europäischen Bevölkerung eine wichtige Informations- und Wissensquelle. Daher scheint es angebracht, dass unter Berücksichtigung der vorgeschlagenen neuen Strategie geeignete Leitlinien für die Publikationspolitik der europäischen Organe entwickelt und festgelegt werden.

- Die audiovisuellen Instrumente werden offensichtlich eine immer wichtigere Rolle spielen. Auch hier muss EbS (Europe by Satellite) interinstitutionell die Möglichkeit bieten, über alle unmittelbar mit den Informationskampagnen zusammenhängenden Ereignisse zu berichten.

  Die audiovisuelle Kommunikationspolitik der Union, insbesondere der Kommission, ist angesichts dieser Strategie neu zu bewerten, wobei zu bedenken ist, dass zentral und dezentral bisher nur sehr bescheidene Möglichkeiten zur

Verfügung stehen. Gerade hier sollte die Partnerschaft mit den Mitgliedstaaten einen guten Ansatzpunkt dafür bieten, dass die überregionalen und regionalen Medien die europäische Dimension der öffentlichen Debatte stärker berücksichtigen: So sollten Koproduktionen mit nationalen und regionalen Kanälen gefördert werden. Der Weiterbildung von Journalisten und Leitartiklern dieser Medien sollte ständige Beachtung geschenkt werden. Heute räumen 66 % der Bürger ein, dass sie Informationen über die Europäische Union in erster Linie von den audiovisuellen Medien erwarten.

Die Kommission fordert alle EU-Organe auf, für ihre interne Arbeitsweise die Konsequenzen aus dieser Strategie zu ziehen. Außerdem wünscht sie, dass sich die Mitgliedstaaten darüber Gedanken machen, wie die Synergie zwischen ihrer Informationspolitik und der Kommunikationsstrategie der Europäischen Union verbessert werden kann.

III. Eine schrittweise und zielgerichtete Verwirklichung

Die neue Informations- und Kommunikationsstrategie der Europäischen Union trägt den begrenzten Möglichkeiten insbesondere der EU-Organe Rechnung.

Die Partnerschaft zwischen dem Mitgliedstaaten wird daher für den Erfolg dieser neuen Strategie von ausschlaggebender Bedeutung sein, denn ohne aktive Unterstützung der Zentral- und Regionalregierungen können die Organe der Europäischen Union den Bürger nicht erreichen und aufklären.

Damit diese Kommunikationsstrategie in vollem Umfang verwirklicht werden kann, bedarf es einer Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten auf folgenden Ebenen:

- auf interinstitutioneller Ebene,

- bei Dezentralisierungsfragen und

- bei der Partnerschaft mit der Zivilgesellschaft (siehe Anhang 2).

1. DIE DIFFERENZIERUNG DER INTERINSTITUTIONELLEN ZUSAMMENARBEIT

Wie bereits in der ersten Mitteilung der Kommission[10] dargelegt, ist die Interinstitutionelle Gruppe "Information" (GII) der Schlussstein dieser Zusammenarbeit.

1.1. Die GII

- Zusammensetzung

  In der GII führen die Kommission, das Europäische Parlament und der Rat gemeinsam den politischen Vorsitz. Die übrigen Organe und Einrichtungen der Europäischen Union können als Beobachter teilnehmen.

  Die Gruppe tritt mindestens zweimal jährlich zusammen.

- Aufgaben

  Die Gruppe legt die Informationsschwerpunkte und die gemeinsamen Leitlinien für die interinstitutionelle Zusammenarbeit im Bereich der Information und Kommunikation der Europäischen Union fest und bewertet die Koordinierung der zentralen und dezentralen Informationsmaßnahmen für die breite Öffentlichkeit. Die GII äußert sich alljährlich auf der Grundlage eines Berichts der Kommission zu den Themen der nächsten Jahre.

- Arbeitsgruppe PRINCE

---

[10] Mitteilung zu einem neuen Rahmen für die Zusammenarbeit bei den Maßnahmen im Bereich der Informations- und Kommunikationspolitik der EU [KOM(2001)354].

Die drei Organe setzen eine Arbeitsgruppe für die Kontrolle der Informationsmaßnahmen im Rahmen des PRINCE-Programms ein. Bei diesem Programm handelt es sich eher um einen budgetären Aktionsrahmen für die interinstitutionelle Zusammenarbeit.

1.2. Die Ausarbeitung der Botschaften

Die Zusammenarbeit der EU-Organe muss sich auch auf die Konzipierung und Festlegung der Informations- und Kommunikationsstrategien für die einzelnen Themen der GII, insbesondere für die Koordinierung der Botschaften erstrecken.

Wie ist vorzugehen?

a) Rolle der Kommission

Die Europäische Union muss zu jedem Thema über einen gemeinsamen Fundus von Botschaften verfügen. Bei allen Themen, die in die Zuständigkeit der Gemeinschaft fallen, müssen die wichtigsten Botschaften kommissionsintern unter Federführung des zuständigen Kommissionsmitglieds ausgearbeitet werden. Sie werden über "Zielgruppen" in jedem Mitgliedstaat getestet, ehe sie die Kommission den anderen Organen vorschlägt.

Zu jedem Thema muss die Union ihre Botschaften nicht nur für ihre Vertreter, sondern auch im Interesse ihres eigenen Handlungsspielraums verbreiten können. Diese Botschaften werden die verschiedenen Argumentationslisten ergänzen, die für eine gute Informationsarbeit unerlässlich sind.

Die Ausarbeitung eines Fundus von Botschaften zu jedem Thema und die Überprüfung, ob sie von einer möglichst großen Zahl akzeptiert werden, ist der Schlüssel zum Erfolg einer konsequenten Informations- und Kommunikationsstrategie der Europäischen Union. Daher muss die Union über eine Kontrollmöglichkeit verfügen.

b) Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten

Die Kommission soll parallel zur Ausarbeitung eines Fundus von Botschaften für jedes Schwerpunktthema eine Kommunikationsstrategie ausarbeiten (Stellungnahme, Zielgruppen, Einsatzmöglichkeiten, Zeitplan, Haushaltsmittel) und dem Europäischen Parlament und den Mitgliedstaaten vorschlagen, die in der GII gefassten Beschlüsse auf dieser Grundlage gemeinsam zu verwirklichen.

Jedem Mitgliedstaaten steht es natürlich frei, diese Strategie oder die vorgeschlagenen Botschaften zu übernehmen. Die Annahme oder Ablehnung aufgrund von Besonderheiten der Mitgliedstaaten wäre ein wichtiger Mehrwert für die koordinierte Kommunikationsstrategie der Union.

Insbesondere dürften diese Botschaften eine bessere Strukturierung der Informationen ermöglichen, welche die EU-Organe (in erster Linie die Kommission und das Europäische Parlament), aber auch die Mitgliedstaaten über das Gemeinschaftsrecht verbreiten, vor allem wenn es sich in den Rahmen der vorrangigen Informationsthemen einfügt.

Außerdem hat die Kommission den Wunsch des Rates zur Kenntnis genommen, möglichst frühzeitig an der Festlegung einer geeigneten Strategie und an der Ausarbeitung der Botschaften zu den gemeinsam in der GII beschlossenen Schwerpunktthemen mitzuwirken. Sie ist bereit, mit dem Europäischen Parlament im Sinne einer guten interinstitutionellen Verständigung zusammenzuarbeiten sowie der Gruppe "Information" des Rates und den Sachverständigen der Mitgliedstaaten ihre Vorschläge für die zu erarbeitende Strategie und die Zusammenstellung der zuvor ausgearbeiteten und getesteten EU-Botschaften zur Prüfung vorzulegen.

Zusammenstellung von Botschaften für jedes Thema: Federführung der Kommission und Abstimmung mit den übrigen EU-Organen. Die Mitgliedstaaten können sich anschließen.

2. NEUE DEZENTRALISIERTE PARTNERSCHAFT

Die Umsetzung dieser Strategie stützt sich auf die Komplementarität der Maßnahmen der europäischen Organe und der Mitgliedstaaten.

2.1. Wirksamere Dezentralisierung

Für die europäischen Organe werden die Vertretungen der Kommission zusammen mit den Informationsbüros des Europäischen Parlaments daran mitwirken, die Botschaften der Europäischen Union auf die nationalen und lokalen Gegebenheiten

abzustimmen und gemeinsam mit den Mitgliedstaaten einen Aktionsrahmen erarbeiten.

Im Rahmen der Dezentralisierung werden die Vertretungen der Kommission gemeinsam mit den Büros des Europäischen Parlaments die Hauptverantwortung für die Durchführung der verschiedenen Informationsmaßnahmen übernehmen.

In erster Linie werden sie - erforderlichenfalls mit Hilfe externer Experten - den Kommunikationsplan für alle von der GII vorgegebenen Themen erstellen: Dazu gehören ein gemeinsames Aktionsprogramm mit dem Mitgliedstaat (Vereinbarung) und ein eigenständiges Aktionsprogramm der Europäischen Union, falls der Mitgliedstaat die vorgegebenen Prioritäten oder Botschaften nicht übernehmen sollte.

Die nationale, regionale oder lokale Differenzierung der Botschaften wird ebenfalls von den Vertretungen - mit Unterstützung der zuständigen GD - vorgenommen, um die Informationsarbeit inhaltlich auf bestimmte Zielgruppen, die ausgewählten Medien und die konkreten Erwartungen der Bürger abzustimmen.

Diese Differenzierung muss in erster Linie medienspezifisch sein: vor allem im audiovisuellen Bereich ist eine andere Formatierung der Botschaften als bei Printprodukten erforderlich.

Diese Arbeit kann nur in möglichst großer Nähe zum Adressaten und in direkter Verbindung mit den genutzten Informationskanälen geleistet werden.

2.2. Bessere Teilung der Verantwortung

Generell wäre es ratsam, die in den Mitgliedstaaten vorhandenen Sachkenntnisse und Kompetenzen zu nutzen. Folglich wird den Direktionen für Information bei den nationalen Regierungen eine maßgebliche Rolle bei der Ausarbeitung und Durchführung der geplanten Informationskampagnen zufallen.

Sie sollen nicht nur an der Erstellung des Kommunikationsplans mitwirken, der in Abstimmung mit den Institutionen erarbeitet wird, sondern auch darauf achten, dass bei den ausgewählten Themen die globale "Kohärenz" zwischen den "europäischen" Strategien und Botschaften und der nationalen Kommunikationspolitik gewahrt bleibt.

Effektiv kann die Informations- und Kommunikationsstrategie der Europäischen Union nur ein Teilaspekt der globalen Kommunikationspolitik der Regierungen sein. Sie muss sich als natürliche Ergänzung einfügen und die europäische Dimension der demokratischen Debatte in den einzelnen Mitgliedstaaten zum Ausdruck bringen.

Deshalb ist zu prüfen, wie sich diese Kooperation in allen ihren Facetten am besten konkretisieren lässt. Ausgehend von den Erfahrungen, die im Rahmen verschiedener Kooperationsmodelle gesammelt werden, möchte die Kommission gemeinsam mit dem Rat und dem Parlament der Frage nachgehen, ob es möglich wäre, mit jedem Mitgliedstaat eine Vereinbarung ("memorandum of understanding") zu treffen. Damit würde auf politischer Ebene das gegenseitige vertragliche Engagement der Europäischen Union und der Mitgliedstaaten besiegelt, gemeinsam für eine bessere Verbreitung allgemeiner Informationen über europäische Angelegenheiten zu sorgen.

Ein solches "memorandum of understanding" könnte auch dazu beitragen, dass die Rolle der Informationsnetze und Verbindungsstellen für den regelmäßigen Informationsfluss auf nationaler Ebene anerkannt und so eine ständige öffentliche Debatte über europäische Themen gewährleistet wird. Vorgesehen werden könnte eine systematische Vernetzung der Informationskorrespondenten eines jeden Mitgliedstaates (nationale Direktion für Information oder Ministerium, in dessen Zuständigkeit das jeweilige vorrangige Informationsthema fällt), der Kommission, des Rates und des Europäischen Parlaments. Auch könnte den Mitgliedstaaten so die nötige Flexibilität für die Entwicklung spezifischer Partnerschaften im Rahmen der sektoralen Informationsarbeit, wie sie von den verschiedenen Generaldirektionen der Kommission vorgeschlagen wird, geboten werden.

Dieser Ansatz würde die nötige Flexibilität für eine gute Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und der Europäischen Union bieten. Er könnte die Aushandlung der notwendigen Vereinbarungen über eine Vertiefung der von der GII als vorrangig betrachteten Informationsthemen erleichtern.

Natürlich würde dies andere Formen der Partnerschaft auf nationaler Ebene, aber auch mit einzelnen Regionen oder sogar mit zivilgesellschaftlichen Einrichtungen nicht ausschließen.

Zusammenarbeit zwischen Europäischer Union und den Mitgliedstaaten: "Memorandum of understanding" + Vereinbarungen über Informationsthemen, die von der GII als vorrangig betrachtet werden.

Selbstverständlich darf sich die Zusammenarbeit zwischen den Europäischen Institutionen und den Mitgliedstaaten nicht auf die interinstitutionelle Dimension beschränken, sondern sie muss "vor Ort" möglichst zielgruppennah vertieft werden.

3. EINE BÜRGERNAHE ZUSAMMENARBEIT

Im Laufe der Zeit ist aufgrund verschiedener Initiativen ein breit gefächertes Netzwerk für Gemeinschaftsinformation und -dokumentation entstanden, das über mehr als 700 Zentren in den Mitgliedstaaten verfügt. Diese haben die Aufgabe, die Bürger zu informieren und werden von der Kommission koordiniert und betreut[11].

[11] Folgende Initiativen fallen in die Zuständigkeit der GD PRESS (weitere Anträge auf Eröffnung solcher Zentren werden geprüft):

- 3 große nationale Informations- und Dokumentationszentren in Paris, Lissabon und Rom;
- 3 interregionale Informations- und Dokumentationszentren in Saloniki, Neapel und Berlin;
- 142 EU-Info-Points;

Hinzu kommt noch ein Netzwerk von ca. 550 Referenten des "Team Europa".

Aber die organisierten Informationsnetzwerke und Verbindungsstellen gehören nicht zur Kommission, da sie in den meisten Fällen aus einer Partnerschaft mit den Mitgliedstaaten und vor allem mit lokalen Gebietskörperschaften hervorgegangen sind.[12]

In Anbetracht ihrer Erfahrung und Flexibilität sowie ihrer Nähe zu Vertretern der Zivilgesellschaft und der Bürger sind die Informationsnetzwerke und Verbindungsstellen von unschätzbarem Wert. Sie stellen ein bevorzugtes Instrument zur Umsetzung der Informations- und Kommunikationsstrategie der Europäischen Union dar: Sie verkörpern "vor Ort" die Bündelung der Kräfte der Europäischen Union, der Mitgliedstaaten und der Zivilgesellschaft und verleihen dem Prinzip einer dezentralisierten Informationsarbeit konkreten Ausdruck.

Dieses Potenzial muss besser genutzt werden. Daher hält die Kommission eine umfassende Analyse und Evaluierung der Verbindungsstellen und Informationsnetzwerke für erforderlich, damit ein neuer, kohärenterer Aktionsrahmen definiert, ihre Rolle innerhalb der neuen Strategie aufgewertet, die Ausdehnung auf künftige Mitgliedstaaten vorbereitet und langfristig ihre Präsenz in allen Regionen gewährleistet werden kann.

Bei der Definition des neuen Rahmens ist von folgenden Grundsätzen auszugehen:

- Die verschiedenen "Ebenen" der bestehenden (nationalen, regionalen/interregionalen, lokalen) Verbindungsstellen und Informationsnetzwerke müssen - auch was das Image (Bezeichnung, Logo usw.) anbelangt - homogener und kohärenter strukturiert werden;

- die Verwaltung muss gestrafft und stärker dezentralisiert werden, um ein besseres Kosten-Nutzen-Verhältnis zu erzielen;

- mehr Mitverantwortung und verstärkte Partnerschaft mit den Mitgliedstaaten unter Wahrung ihrer administrativen und lokalen Besonderheiten;

- 134 Foren für den ländlichen Raum;

- 328 europäische Dokumentationszentren (EDZ), 24 Depositarbibliotheken und 72 Europäische Referenzzentren (zusammen mit den 360 EDZ außerhalb der EU ergibt sich ein Netz von insgesamt 784 Zentren).

12 Die Informationsnetzwerke und Verbindungsstellen sind nicht der Kommission angegliedert, sondern es handelt sich vielmehr um eigenständige Einrichtungen, die der Verantwortung der sie "aufnehmenden" Strukturen unterstehen, die auch großenteils die Finanzierung sichern. Die Kommission ist ein Minderheitspartner, der mit der aufnehmenden Struktur - Hochschulen, Kommunen usw. - eine Vereinbarung unterzeichnet und sich verpflichtet hat, die erforderlichen Serviceleistungen und Hilfsmittel für die Erfüllung ihrer Aufgaben bereitzustellen und in bestimmten Fällen einen jährlichen Zuschuss zu leisten.

- Ausweitung der interinstitutionellen Kooperation, nicht nur auf Länderebene mit den großen nationalen Zentren (Paris, London und Rom), sondern auch auf interregionaler und lokaler Ebene.

Sobald dieser neue Aktionsrahmen festliegt, müssen mit den Mitgliedstaaten Gespräche aufgenommen werden, damit er das Ergebnis gemeinsamer Bestrebungen der Union und der Mitgliedstaaten darstellt. Ebenfalls zu berücksichtigen ist das Potenzial anderer Informationsmultiplikatoren, mit denen die Kommission kooperiert, wie unabhängige Informationsnetzwerke.

Verbindungsstellen und Informationsnetzwerke:

Analyse und Evaluierung sämtlicher Verbindungsstellen und Informationsnetzwerke.

Festlegung eines neuen Aktionsrahmens (Aufgabenstellung, Funktionsweise, künftige Entwicklung).

SCHLUSSFOLGERUNG

1. Die vorgeschlagene Strategie wurde unter Berücksichtigung sämtlicher Beiträge entwickelt, die der Kommission im Rahmen der Debatte im Anschluss an die erste Mitteilung vom Juni 2001 zugegangen sind. Sie entspricht einer einvernehmlichen, wenn nicht gemeinsamen Vision des Europäischen Parlaments, des Ministerrats und der Kommission: Nach dem neuen "Vertrag", den die interinstitutionelle Gruppe Information auszuführen hat, wird jedes Organ klare Verpflichtungen eingehen müssen.

   Die Umsetzung dieser Strategie erfordert gemeinsame Anstrengungen der EU-Organe und der Mitgliedstaaten:

   – vorrangiges Ziel aller Partner muss es sein, gemeinsam einen Bezugsrahmen der EU-Organe zu erarbeiten, damit anhand bestimmter Schlüsselwerte für große Informationsthemen differenzierte Botschaften formuliert werden können;

   – der kulturelle Wandel innerhalb der einzelnen Organe, aber auch in den Mitgliedstaaten muss ein ständiges, immer wiederkehrendes Anliegen sein und kann in erster Linie durch maßgeschneiderte Fortbildungsprogramme herbeigeführt werden;

   – die mit den Mitgliedstaaten anzustrebende Partnerschaft muss vor allem einer neuen Mentalität entsprechen und darf sich nicht auf den rechtlich-finanziellen Kooperationsrahmen beschränken. Sie muss sich auch außerhalb häufig langwieriger und starrer Verfahren konkretisieren, vor allem was die Verbreitung allgemeiner Informationen anbelangt, und auch die nationalen Informationsbüros systematischer einbeziehen.

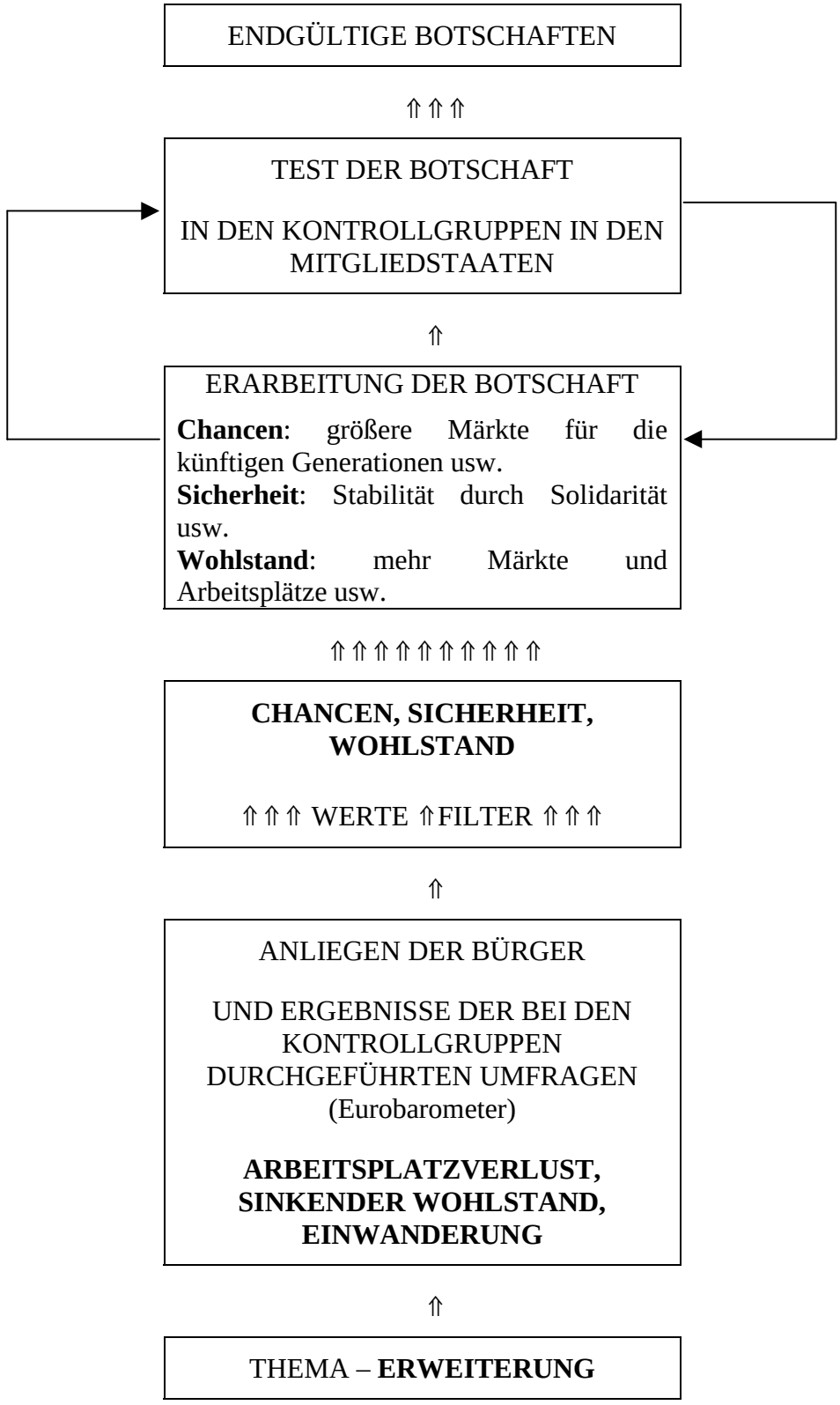
   Die Strategie stützt sich auf die institutionelle Architektur der Union und ist zugleich ehrgeizig und realistisch. Ihr Erfolg wird hauptsächlich davon abhängen, ob der nötige politische Wille zur Umsetzung vorhanden ist.

2. Um diesem Willen konkreten Ausdruck zu verleihen, wird die Kommission so bald wie möglich auf Grundlage des beigefügten Aktionsplans (Anhang 3) die wichtigsten Durchführungsmaßnahmen einleiten. Bereits Anfang 2003 dürfte der Aktionsplan, zumindest in großen Zügen, umgesetzt werden. Allerdings kann das volle Potenzial dieser Strategie erst mittelfristig ausgeschöpft werden.

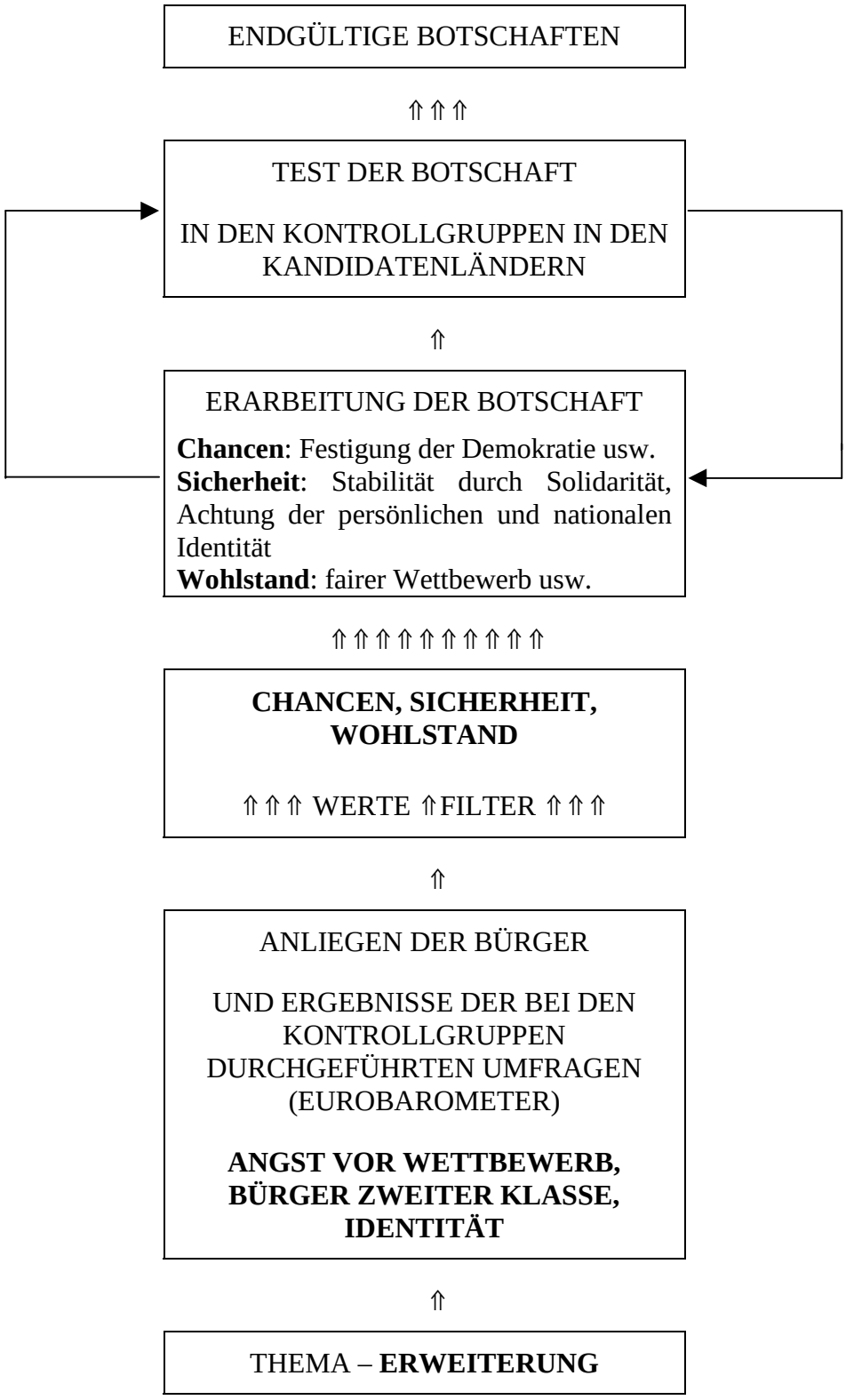
3. Daher schlägt die Kommission eine Klausel vor, nach der im Jahr 2005 ein Treffen stattfinden muss, um gemeinsam mit allen Beteiligten die erzielten Fortschritte umfassend bewerten und nach der institutionellen Reform und der nächsten Regierungskonferenz gegebenenfalls neue Leitlinien für ein erweitertes Europa festlegen zu können.

ANHANG 1

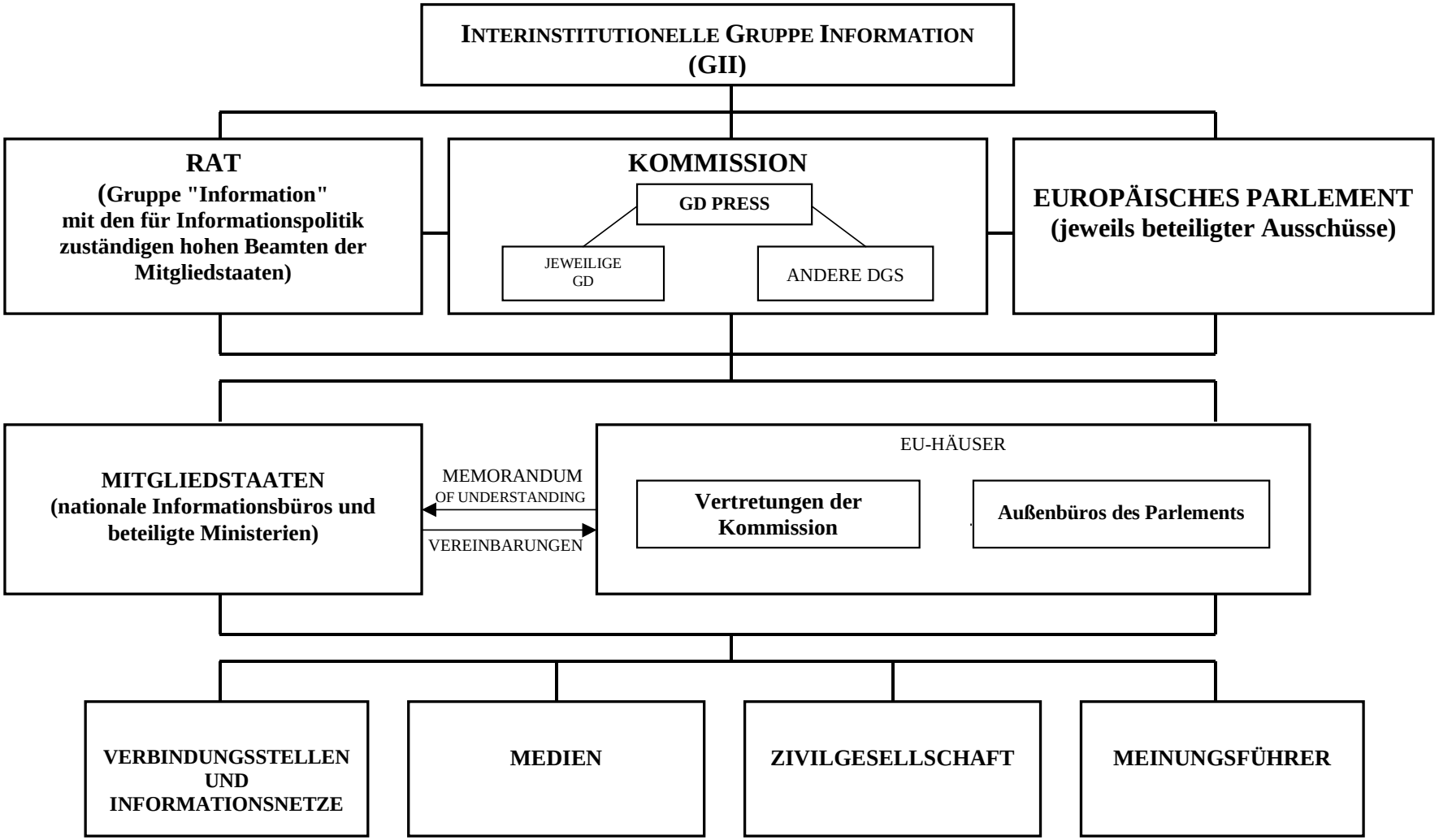
ERARBEITUNG EINER BOTSCHAFT ÜBER DIE ERWEITERUNG AUS DER PERSPEKTIVE DER EUROPÄISCHEN UNION: EIN BEISPIEL



ERARBEITUNG EINER BOTSCHAFT ÜBER DIE ERWEITERUNG AUS DER PERSPEKTIVE DER KANDIDATENLÄNDER: EIN BEISPIEL



ANHANG 2 : ORGANISATIONSPLAN



ANHANG 3 : AKTIONSPLAN

September 2002

- GII: Einigung der drei Organe über die wichtigsten "vorrangigen Informationsthemen" für 2003 und 2004.

  Diese Einigung muss vor der ersten Lesung des Haushaltsplans im Europäischen Parlament erfolgen.

- Beginn der Analyse und Bewertung der Informationsnetzwerke und Verbindungsstellen.

- Ausarbeitung eines für die Kommission maßgeschneiderten Schulungsprogramms, das die neue Strategie berücksichtigt.

- Über die Zielgruppen in jedem Mitgliedstaat Erarbeitung und Test des roten Fadens und der für die Kommunikation erforderlichen Werte.

Oktober 2002

- Budgetäre Validierung der für jedes vorrangige Informationsthema bereitgestellten Haushaltsmittel.

- Analyse der öffentlichen Meinung in den Mitgliedstaaten unter Bezugnahme auf die ausgewählten vorrangigen Informationsthemen.

- Beginn der Ausarbeitung eines Kommunikationsplans für jedes Thema durch die Vertretungen.

- Bewertung der Ressourcen der Vertretungen unter Berücksichtigung der zunehmenden Dezentralisierung im Zuge der neuen Strategie.

November 2002

- Ausarbeitung eines "memorandum of understanding" zur Festschreibung der politischen Einigung zwischen der Europäischen Union und dem betreffenden Mitgliedstaat.

- Politische Validierung des roten Fadens und der Werte.

- Planung und Koordinierung der Aktionen der Generaldirektionen, die in erster Linie von den ausgewählten vorrangigen Informationsthemen betroffen sind.

- Erarbeitung der wichtigsten Botschaften zu den vorgegebenen Themen.

- Validierung der Teilnahme der Mitgliedstaaten an der vorgeschlagenen Partnerschaft.

Dezember 2002

- Treffen der für die Kommunikationspolitik zuständigen hohen Beamten der Mitgliedstaaten zwecks Validierung de Kommunikationspläne für 2003 und Maximierung der Synergieeffekte.

- Unterbreitung von Vorschlägen für Vereinbarungen mit den Mitgliedstaaten wann immer möglich (andere Handlungsgrundlagen sind denkbar).

Januar 2003

- Bewertung der 2002 durchgeführten Aktionen.

- Ausarbeitung und Aushandlung des neuen Aktionsrahmens für die Verbindungsstellen und Informationsnetze auf der Grundlage der durchgeführten Analyse.

März 2003

- GII: Validierung der Bewertung der Aktionen 2002

  sowie Festlegung der vorrangigen Informationsthemen für 2004 und 2005.

Juli 2003

- Unter Mitwirkung des Rates jährliche Debatte im Europäischen Parlament über die Informations- und Kommunikationspolitik der Europäischen Union.

2003

- Schrittweise Rationalisierung der Verbindungsstellen und Informationsnetze.

- Im Verlauf des gesamten Jahres: Koordinierungs- und Planungstätigkeiten infolge der neuen Strategie, u.a. zwecks Bündelung der verschiedenen Instrumente der Kommission.

- Ausbau der interinstitutionellen Zusammenarbeit.

2003-2004

- Auf das Personal der Kommission zugeschnittene Schulungsmaßnahmen - Öffnung für die anderen Organe.

- Verstärkte Koordinierung der Tätigkeit der Vertretungen und der "rebuttal function" ("Gegendarstellungsfunktion") der Kommission.

2004

- Ausbau der Verbindungsstellen und Informationsnetzwerke in den Kandidatenländern.

- Angemessene Verstärkung der Ressourcen der Vertretungen.

- Aufbau von Vertretungen in den neuen Mitgliedstaaten.

ANHANG 4: FINANZBOGEN ZU RECHTSAKTEN

Politikbereich(e): PRESSE UND KOMMUNIKATION

Tätigkeit(en): 16.01-16.02-16.03-16.04-16.05

Bezeichnung der Maßnahme: EINE INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE FÜR DIE EUROPÄISCHE UNION

1. HAUSHALTSLINIEN (Nummer und Bezeichnung)

A7: Ausgaben für Aushilfspersonal und dezentralen Dienstbetrieb

B3-300: Allgemeine Informationsmaßnahmen

B3-300A: Allgemeine Informationsmaßnahmen - Verwaltungsausgaben

B3-301: Informationsrelais

B3-301A: Informationsrelais - Verwaltungsausgaben

B3-303: Kommunikationsmaßnahmen

B3-303A: Kommunikationsmaßnahmen -Verwaltungsausgaben

B3-306: Informationsmaßnahmen für spezifische Politiken[13]

B3-306A: Informationsmaßnahmen für spezifische Politiken - Verwaltungsausgaben

2. ALLGEMEINE ZAHLENANGABEN (EU-15)

2.1 Gesamtmittelausstattung der Maßnahme (Teil B): Mio. € (VE)[14]

2.2 Geltungsdauer: Haushaltsjahr 2003 und folgende

2.3 Mehrjährige Gesamtvorausschätzung der Ausgaben:

---

[13] Für diese Haushaltslinien sind andere GD anweisungsbefugt (in Verbindung mit der GD PRESS).

[14] Mit Ausnahme des neu vorgeschlagenen vorrangigen Informationsthemas "Europa in der Welt".

a) Fälligkeitsplan für Verpflichtungsermächtigungen/Zahlungsermächtigungen (finanzielle Intervention) (vgl. Ziffer 6.1.1)

in Mio. € (bis zur 3. Dezimalstelle)

	2003	2004	2005	2006	**Gesamt**
Verpflichtungs-ermächtigungen	71,100	72,575	63,330	60,285	**267,290**
Zahlungs-ermächtigungen	66,750	65,209	54,666	52,182	**238,807**

b) Technische und administrative Hilfe und Unterstützungsausgaben (vgl. Ziffer 6.1.2)

VE	3,565	4,625	4,670	4,915	**17,775**
ZE	3,180	4,625	4,670	4,915	**17,390**

Zwischensumme a+b	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**a+b Insgesamt**
VE	74,665	77,200	68,000	65,200	**285,065**
ZE	69,930	69,834	59,336	57,097	**256,197**

c) Gesamtaufwand für Humanressourcen und sonstige Verwaltungsausgaben *(vgl. Ziffern 7.2 und 7.3)*

VE/ZE	1,480	1,480	1,480	1,480	**5,920**

a+b+c insgesamt	2003	2004	2005	2006	**a+b+c Insgesamt**
VE	76,145	78,680	69,480	66,680	**290,985**
ZE	71,410	71,314	60,816	58,577	**262,117**

2.4 Vereinbarkeit mit der Finanzplanung und der Finanziellen Vorausschau

Der Vorschlag ist mit der derzeitigen Finanzplanung vereinbar (mit Ausnahme des neu vorgeschlagenen vorrangigen Informationsthemas "Europa in der Welt").

2.5 Finanzielle Auswirkungen auf die Einnahmen

Keinerlei finanzielle Auswirkungen auf die Einnahmen

3. HAUSHALTSTECHNISCHE MERKMALE

Art der Ausgaben		**Neu**	**mit EFTA Beteiligung**	**Beteiligung von Beitrittsländern**	**Rubrik der FV**
NOA	**GM**	**NEIN**	**NEIN**	**NEIN**	**3**

4. RECHTSGRUNDLAGE

Tätigkeiten der Kommission aufgrund ihrer interinstitutionellen Befugnisse

5. BESCHREIBUNG UND BEGRÜNDUNG

5.1 Notwendigkeit einer Maßnahme der Gemeinschaft

5.1.1 Zielsetzungen

Die Mitteilung der Kommission "Eine Informations- und Kommunikationsstrategie für die Europäische Union" trägt der Mitwirkung des Rates an der interinstitutionellen Zusammenarbeit Rechnung und stützt sich auf folgende Schwerpunkte:

– Fähigkeit der Europäischen Union, zu verschiedenen vorrangigen Informationsthemen differenzierte und gezielte Botschaften zu erarbeiten und zu verbreiten;

– freiwillige und operationelle Partnerschaft mit den Mitgliedstaaten, um eine echte Synergie zwischen den Strukturen und Kapazitäten der Mitgliedstaaten und den Maßnahmen der Europäischen Union zu erzielen.

Die neue Informations- und Kommunikationsstrategie ergibt sich aus dem gemeinsamen politischen Willen der drei Organe, der mit den Entscheidungen der interinstitutionellen Gruppe Information (GII) umgesetzt werden soll.

Die neue Strategie setzt voraus, dass jedes Organ einen Wandel einleitet und einschneidende Änderungen, insbesondere im Koordinierungsbereich vornimmt, um eine möglichst bürgernahe Informationsarbeit zu ermöglichen.

5.1.2 Maßnahmen im Zusammenhang mit der Ex-ante-Bewertung

Neben dieser politischen Ausrichtung, die von den drei Organen, aber auch von den Mitgliedstaaten geteilt wird, beruht die vorgeschlagene Strategie auf internen Evaluierungen (Synthese der von den Vertretungen organisierten Runden Tische und Antworten auf

Fragebogen der verschiedenen Netze) und auf externen Studien, die im Vorfeld sowohl zur Strategie selbst als auch zum Meinungsbild in Europa (Zielgruppen) erstellt werden.

5.1.3 Maßnahmen infolge der Ex-post-Bewertung

Die Mitteilung der Kommission sieht eine jährliche Bewertung der wichtigsten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen vor. Auf Seiten der Kommission beruht dieser Ansatz auf einer neuen Bewertungsmethodik der GD PRESS, die ab 2003 angewandt werden dürfte. Die Evaluierungskapazitäten der anderen Organe und der Mitgliedstaaten dürften ebenfalls herangezogen werden, um die geplante partnerschaftliche Bewertung durchzuführen.

5.2 Geplante Einzelmaßnahmen und Modalitäten der Intervention zu Lasten des Gemeinschaftshaushalts

Die Mitteilung wirkt sich in erster Linie das Kapitel B3-3 aus und betrifft sowohl die operationellen Haushaltslinien als auch die Haushaltslinien für technische und administrative Ausgaben.

Die geplanten Maßnahmen betreffen im Wesentlichen die allgemeinen Informationsmaßnahmen, die Verbindungsstellen, die Kommunikationsmaßnahmen und die vorrangigen Informationsprogramme (Prince).

5.3 Durchführungsmodalitäten

Die globalen Ziele sollen vor allem erreicht werden durch:

– eine bessere Koordinierung der allgemeinen Informationsmaßnahmen zwischen sämtlichen GDs und der GD PRESS (einschließlich der Vertretungen);

– eine stärkere Dezentralisierung der Informationsmaßnahmen unter Einbindung der Mitgliedstaaten und Organe;

– einen effizienteren Einsatz bestehender Informationsstellen und -netzwerke.

Die Umsetzung der neuen Strategie betrifft vor allem folgende Tätigkeiten:

ALLGEMEINE INFORMATIONSMASSNAHMEN

– Verstärktes Feed-back zur Bestimmung der Informationspolitik.

– Intensivere Koordinierung dezentralisierter Informationsmaßnahmen für die breite Öffentlichkeit, die über die Vertretungen zu vorrangigen Themen unter optimalem Einsatz bestehender Informationszentren und -netzwerke durchgeführt werden.

– Evaluierungsbericht über die kombinierte Wirkung der verschiedenen Informationsträger, die im Rahmen der neuen Informationsstrategie eingesetzt werden.

INFORMATIONSRELAIS

Welche Bedeutung einer differenzierten Information beigemessen wird, zeigt sich darin, dass die Koordinierung der Netz- und Relaisaktivitäten, insbesondere über die Vertretungen, zunehmende Beachtung findet.

KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN

Die Vertretungen müssen Partnerschaftsmodelle mit den Mitgliedstaaten anstreben, um gemeinsam mit ihnen Botschaften zu erarbeiten, die auf die spezifischen Gegebenheiten abgestimmt sind, und diese Botschaften an Zielgruppen testen.

Die freiwilligen und operationellen Partnerschaften werden zu einer echten Synergie zwischen den Strukturen und Kapazitäten der Mitgliedstaaten und den Maßnahmen der EU beitragen.

INFORMATIONSMASSNAHMEN FÜR SPEZIFISCHE POLITIKEN

Die PRINCE-Aktivitäten im Rahmen dieser Mitteilung betreffen insbesondere:

– die Erweiterung,

– die Debatte über die Zukunft der Union,

– den Raum der Freiheit, der Sicherheit und des Rechts,

– Europa in der Welt.

Die Entwicklung der Ausgaben im Zusammenhang mit der Umsetzung des Programms PRINCE hängt von den Beschlüssen/Orientierungen ab, die von der Kommission bereits angenommen wurden bzw. in Zukunft angenommen werden.

Die erforderlichen Mittel für die Durchführung der Informationskampagnen werden unter Berücksichtigung der spezifischen Maßnahmen bewertet, die im Rahmen der neuen Strategie getroffen werden.

Die größere Rolle der Vertretungen bei der Erstellung themenbezogener Aktionsprogramme bildet einen Schwerpunkt der neuen Strategie und wird den Rückgriff auf Kommunikationsexperten erfordern.

6. FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

6.1 Finanzielle Gesamtbelastung für Teil B des Haushalts (während des gesamten Planungszeitraums)

Der sich aus der Mitteilung ergebende Bedarf wird durch eine Umverteilung der Mittel des Titels B3-3 (Information und Kommunikation) finanziert. Die Aufschlüsselung der Mittelansätze könnte gegebenenfalls im Rahmen des APS/HVE-Verfahrens der Kommission (Annual Policy Strategy/Haushaltsvorentwurf) überprüft werden.

6.1.1 Finanzielle Intervention VE in Mio. € (bis zur 3. Dezimalstelle)

Aufschlüsselung	2003	2004	2005	2006	**Gesamt**
B3-300 Allgemeine Informationsmaßnahmen	21,000	20,215	20,610	21,105	**82,930**
B3-301 Informationsrelais	14,400	14,970	15,260	15,650	**60,280**
B3-303 Kommunikationsmaßnahmen	14,700	14,890	15,160	15,530	**60,280**
B3-306 Informationsmaßnahmen für spezifische Politiken	21,000	22,500	12,300	8,000	**63,800**
INSGESAMT	**71,100**	**72,575**	**63,330**	**60,285**	**267,290**

6.1.2. Technische und administrative Hilfe (ATA) und Unterstützungsausgaben (DDA)

VE in Mio. € (bis zur 3. Dezimalstelle)

	2003	2004	2005	2006	**Gesamt**
1. Technische und administrative Hilfe (ATA):					
a) Büros für technische Hilfe (BHT)					
b) Sonstige Formen der technischen und administrativen Hilfe:					
- intra-muros[15]:					
B3-300A	0,030	0,030	0,030	0,030	**0,120**
B3-303A	0,100	0,100	0,100	0,100	**0,400**
- extra-muros:					
B3-301A	0,300	0,305	0,315	0,325	**1,245**
B3-303A					
Fachleute für Kommunikation	1,580	1,610	1,640	1,670	**6,500**
B3-306A					
Bestehende Verträge (PRINCE-Korrespondenten)	1,380	2,400	2,400	2,600	**8,780**
Derzeit 1.380.000 €					
- zusätzliche Ausgaben ab 2004[16]					
23 Vertr. x 52.000=1.200.000 €					
Zwischensumme 1	***3,390***	***4,445***	***4,485***	***4,725***	***17,045***
2. Unterstützungsausgaben: (DDA) :					

[15] Punktuelle Hilfe durch Informationsbeauftragte (vormals freie Mitarbeiter).

[16] Ein Korrespondent pro Vertretung (Betrag freizumachen im Rahmen der mehrjährigen Finanzplanung für sämtliche Linien, die in diesem Finanzbogen angesprochen werden).

VE in Mio. € (bis zur 3. Dezimalstelle)

	2003	2004	2005	2006	**Gesamt**
a) Studien					
B3-300A	0,150	0,155	0,160	0,165	**0,630**
B3-301A	0,025	0,025	0,025	0,025	**0,100**
b) Sachverständigensitzungen					
c) Information und Veröffentlichungen					
Zwischensumme 2	***0,175***	***0,180***	***0,185***	***0,190***	***0,730***
INSGESAMT	**3,565**	**4,625**	**4,670**	**4,915**	**17,775**

6.2. Berechnung der Kosten für jede einzelne der vorgesehenen Maßnahmen zu Lasten von Teil B

VE in Mio. € (bis zur 3. Dezimalstelle)

Aufschlüsselung	Art der Teilergebnisse/ Outputs (Projekte, Dossiers usw.)	Zahl der Teilergebnisse / Outputs	Durchschnittskosten pro Einheit	Gesamtkosten 2003
	1	2	3	4=(2x3)
B3-300 und B3-300A				
Allgemeine Informationsmaßnahmen				**21,180**
B3-301 und B3-301A				**14,725**
Informationsrelais				
Evaluierung (bereits im HVE 2003 einbezogen)				0,100
B3-303 und B3-303A				**16,380**
Kommunikationsmaßnahmen				
B3-306*				**21,000**
Informationsmaßnahmen für spezifische Politiken - Euro - Erweiterung - Debatte über die Zukunft der Union - Raum der Freiheit, der Sicherheit und des Rechts - Justiz - Europa in der Welt[17]				p.m
Evaluierung (im Rahmen der Mittelansätze 2003)				0,100
B3-306A(**)[18]				**1,380**
GESAMTKOSTEN				**74,665**

** Haushaltslinien, für die andere GD (in Verbindung mit der GD PRESS) anweisungsbefugt sind; weitere vorrangige Themen, die künftig von der Kommission beschlossen werden könnten, sind in der Übersicht nicht aufgeführt.*

*** Auswirkungen ab 2004: Da die Mitteilung schrittweise umgesetzt werden soll, sind ab 2004 Ausgaben für das volle Jahr vorgesehen; ein etwaiger zusätzlicher Bedarf 2003 wird durch Mittelübertragungen finanziert.*

---

[17] Neues Thema, das nicht im HVE 2003 vorgesehen ist und dessen Eingliederung in die vorrangigen Maßnahmen zu einem späteren Zeitpunkt vorgeschlagen wird (Betrag noch unbekannt).

[18] Zusätzlicher Bedarf ab 2004: Ein PRINCE-Korrespondent pro Vertretung (23 Vertretungen x 52.000 € = 1,2 Mio. €); Betrag freizumachen im Rahmen der mehrjährigen Finanzplanung für sämtliche Linien, die in diesem Finanzbogen angesprochen werden.

7. AUSWIRKUNGEN AUF PERSONAL- UND VERWALTUNGSAUSGABEN

(EU-15)

Der Bedarf an Human- und Verwaltungsressourcen wird im Rahmen der jährlichen Mittelzuweisung durch die Mittelausstattung der GD PRESS gedeckt werden.

7.1. Auswirkungen im Bereich der Humanressourcen

Art der Mitarbeiter		Zur Durchführung der Maßnahme einzusetzendes Personal: vorhandene und/oder zusätzliche Mitarbeiter		Gesamt	Beschreibung der Aufgaben, die im Zuge der Durchführung der Maßnahme anfallen
		Zahl der Dauerplanstellen	Zahl der Planstellen auf Zeit		
Beamte oder Bedienstete auf Zeit	A	3	-	3	
	B	4	-	4	
	C	3	-	3	
Sonstige Humanressourcen		-	-	-	
		1 C		1	
A07000 - Hilfskräfte		2		2	
A07002 - techn. Hilfe					
Gesamt				13	

7.2 Finanzielle Gesamtbelastung für Humanressourcen

Art der Humanressourcen	Betrag	Berechnungsweise
Beamte	1.080.000 €	10 x 108.000 €
Sonstige Humanressourcen A07000 - Hilfskräfte A07002 - Technische Hilfe	 43.697 € 226.000 €	 1 x 43.697 € 2 x 113.000 €
Gesamt	1.349.697 €	

Die Beträge entsprechen den Gesamtausgaben für zwölf Monate.

7.3 Sonstige Verwaltungsausgaben im Zusammenhang mit der Maßnahme

Haushaltslinie	Betrag	Berechnungsweise
Gesamtmittelausstattung (Titre A7) A07010 - Dienstreisen A07060 - Weiterbildung	 80.000 € 50.000 €	 (*)
Gesamt	130.000 €	

Die Beträge entsprechen den Gesamtausgaben für zwölf Monate.

(*) Dienstreisen (A0-7010): 80.000 €

Diese Mittel sind zur Deckung des Bedarfs durch neue Tätigkeiten aufgrund der Mitteilung gedacht, die Dienstreisen von Beamten der Vertretungen zum Sitz, von Beamten der Vertretungen innerhalb der Mitgliedstaaten oder von Beamten am Sitz in die Vertretungen erfordern.

Es handelt sich um folgende Tätigkeiten:

- Planung und Koordinierung der Maßnahmen, einschließlich der Bündelung verschiedener Kommunikationsinstrumente sowie zentrale und dezentrale Durchführung (20 000 €);

- Aushandlung, Vorbereitung und Begleitung des Memorandum of Understanding mit den Mitgliedstaaten sowie der daraus resultierenden Vereinbarungen (20 000 €);

- Erstellung eines Aktionsprogramms zur Weiterbildung im Bereich der Kommunikation, das sich auf den vorgeschlagenen Strategieansatz stützt und für das gesamte Personal, einschließlich der Bediensteten in den Vertretungen gedacht ist (40 000 €).

(*) Weiterbildung (A0-706): 50 000 €

Entsprechend dem vorgeschlagenen neuen Ansatz müssen spezifische und bedarfsgerechte Fortbildungsprogramme auf dem Gebiet der Kommunikation organisiert werden.

I.	Jährlicher Gesamtbetrag (7.2 + 7.3)	1.479.697 €
II.	Dauer der Maßnahme	4 Jahre (ab 2003)
III.	Gesamtaufwand für die Maßnahme (I x II)	5.918.788 €

8. ÜBERWACHUNG UND BEWERTUNG

8.1 Begleitung

Die internen Reporting-Systeme werden ausgebaut, um den neuen Komponenten der Informationspolitik - Koordinierung, Planung und Dezentralisierung - Rechnung zu tragen.

8.2 Modalitäten und Periodizität der vorgesehenen Bewertung

Anhand einer Methodik (die im zweiten Halbjahr 2002 verfügbar sein soll) werden angepasste Instrumente entwickelt, damit sämtliche Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der GD PRESS systematisch und regelmäßig evaluiert werden können.

9. BETRUGSBEKÄMPFUNGSMASSNAHMEN

Alle Verträge, Vereinbarungen und rechtskräftigen Verpflichtungen zwischen der Kommission und den Begünstigten enthalten die Möglichkeit einer Kontrolle ersten und zweiten Grades vor Ort (d.h. beim direkten Zuschussempfänger oder beim Zuschussempfänger zweiten Grades im Falle einer dezentral gesteuerten Maßnahme) durch die Kommission und den Rechnungshof sowie die Möglichkeit, einen Nachweis für die im Rahmen oben genannter Verträge, Vereinbarungen und rechtskräftigen Verpflichtungen getätigten Ausgaben fünf Jahre lang nach Ablauf der Vertragsdauer zu verlangen.

Die Begünstigten von Finanzhilfen sind verpflichtet, Bericht zu erstatten und eine finanzielle Abrechnung vorzulegen, die gemäß der Zielsetzung der Gemeinschaftsfinanzierung sowohl inhaltlich als auch hinsichtlich der Zuschussfähigkeit der Ausgaben unter Berücksichtigung der vertraglichen Verpflichtungen und der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und der ordnungsgemäßen Finanzverwaltung analysiert werden.