



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 13.6.2007
KOM(2007) 324 endgültig

**BERICHT DER KOMMISSION
AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DEN RAT**

**über die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 des Rates
über Informationsmaßnahmen im Bereich der Gemeinsamen Agrarpolitik**

{SEK(2007) 800}

**BERICHT DER KOMMISSION
AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DEN RAT**

**über die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 des Rates
über Informationsmaßnahmen im Bereich der Gemeinsamen Agrarpolitik**

TEIL I NACH VERORDNUNG (EG) NR. 814/2000 DES RATES GETROFFENE MAßNAHMEN

I. Einleitung

In diesem Bericht wird die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 des Rates in den Jahren 2003 bis 2006 dargestellt.

Gemäß der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 haben die Informationsmaßnahmen zur Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) folgende Ziele:

- Beitrag zur Erläuterung und zur Durchführung und Entwicklung der GAP,
- Förderung des europäischen Landwirtschaftsmodells und des Verständnisses seiner Funktionsweise,
- Information der Landwirte und der anderen Bewohner ländlicher Gebiete,
- Aufklärung der Öffentlichkeit über Probleme und Ziele der GAP.

Die Maßnahmen lassen sich in zwei Hauptkategorien einteilen:

- Programme oder Einzelmaßnahmen, für die Drittorganisationen eine Mitfinanzierung durch den EAGFL beantragen;
- von der Kommission initiierte und zu 100% aus EAGFL-Mitteln finanzierte Maßnahmen (direkte Maßnahmen).

Der Rat hat in Artikel 8 der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 festgelegt, dass die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat alle zwei Jahre einen Bericht über die Durchführung dieser Verordnung vorzulegen hat. Dies ist der zweite Bericht, der erste Bericht über die Durchführungsmaßnahmen im Zeitraum 2000–2002 wurde im Mai 2003 vorgestellt¹.

In dem im Mai 2003 veröffentlichten ersten Bericht wurde geschildert, welche detaillierten Bestimmungen zur Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 insbesondere für die Mittelvergabe an Dritte erlassen wurden. Zwischenzeitlich wurde eine weitere kleine technische Änderung der Durchführungsbestimmungen vorgenommen².

¹ Bericht der Kommission an das Europäische Parlament und den Rat über die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 des Rates über Informationsmaßnahmen im Bereich der Gemeinsamen Agrarpolitik (KOM(2003) 235 endg. vom 8.5.2003).

² Verordnung (EG) Nr. 1820/2004 der Kommission vom 20. Oktober 2004 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2208/2002 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) Nr. 814/2000 des Rates über Informationsmaßnahmen im Bereich der gemeinsamen Agrarpolitik (ABl. L 320 vom 21.10.2004, S. 14).

Der vorliegende Bericht hätte dem Europäischen Parlament und dem Rat eigentlich schon im Dezember 2005 vorgestellt werden sollen. Er wurde bis zur Fertigstellung eines entsprechend der Evaluierungspolitik der Kommission für den Zeitraum 2000–2005 erstellten Bewertungsberichts über die bisher erfolgten Durchführungsmaßnahmen zu dieser Verordnung zurückgestellt, um die Ergebnisse dieser Evaluierung³ mit berücksichtigen zu können. Der volle Wortlaut sowie eine Kurzfassung des Bewertungsberichts können unter folgender Internet-Adresse abgerufen werden:

http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/cap_info/index_en.htm

Die Anhänge und eine Liste der verwendeten Abkürzungen finden sich im beigegeführten Arbeitspapier der Kommissionsdienststellen.

II. Haushaltsmittel

Für den Zeitraum 2003–2006 standen jährlich 6,5 Millionen Euro für Informationsmaßnahmen zur Verfügung, 2003 unter der (damaligen) Haushaltslinie B1-382, in den Haushaltsjahren 2004–2006 nach Änderungen der Nomenklatur unter der Linie 05 08 06.

Das Kostenverhältnis zwischen Maßnahmen der Kommission und Maßnahmen Dritter (bezuschusste Maßnahmen) war folgendes:

2003: Direkte Maßnahmen (2 500 000) (38%) – Zuschüsse (4 000 000) (62%),
2004: Direkte Maßnahmen (2 500 000) (38%) – Zuschüsse (4 000 000) (62%),
2005: Direkte Maßnahmen (3 000 000) (46%) – Zuschüsse (3 500 000) (54%),
2006: Direkte Maßnahmen (3 700 000) (57%) – Zuschüsse (2 800 000) (43%),

Mit Ausnahme des Jahres 2006, in dem eine deutliche Zunahme der Inanspruchnahme der Mittel zu verzeichnen war, wurden die Jahresbudgets deutlich unterschritten (64 % Ausschöpfung in 2003, 51 % in 2004 und 61 % in 2005 und 98 % in 2006, siehe Einzelheiten in Schaubild 2 unter Punkt IV). Die geringe Inanspruchnahme der Finanzierungsmöglichkeiten ist hauptsächlich auf die Minderausschöpfung der Mittel zurückzuführen. Da viele Zuschussanträge fehlerhaft oder inhaltlich unzureichend waren, konnte nur ein kleiner Anteil der Vorhaben alle gestellten Anforderungen erfüllen (Förderkriterien, Ausschlussgründe, Auswahl- und Vergabekriterien).

Um die Inanspruchnahme der Haushaltsmittel für bezuschusste Maßnahmen zu erhöhen, wurden die Aufrufe zur Einreichung von Vorschlägen 2005/C 252/06⁴ (für kofinanzierte Maßnahmen im Haushaltsjahr 2006) und 2006/C 236/07⁵ (für kofinanzierte Maßnahmen im Haushaltsjahr 2007) nach einer Untersuchung der häufigsten Fehler der Antragsteller weiter vereinfacht und verständlicher abgefasst, um den Antragstellern zu helfen, solche Fehler zu vermeiden. Dass diese Bemühungen Erfolg hatten, zeigt sich in dem deutlichen Anstieg der für Zuschüsse zugewiesenen Mittel im Haushaltsjahr 2006.

³ Europäische Kommission, GD AGRI, Vertrag AGRI 2005/0421, Evaluierung der Informationspolitik zur Gemeinsamen Agrarpolitik, Dezember 2006.

⁴ ABl. C 236 vom 30.9.2006, S. 71.

⁵ ABl. C 252 vom 12.10.2005, S. 28.

III. Aufschlüsselung der finanzierten Maßnahmen (nach Verpflichtungs-ermächtigungen)

Im ersten Bericht zur Verordnung (EG) Nr. 814/2000 wurde erläutert, wie die Kommission im Zeitraum 2000–2002 schrittweise die auf die durchgeführten Maßnahmen anwendbaren Bestimmungen verbessert hat. Es wurde auch auf die Überarbeitung der Durchführungsbestimmungen in der Verordnung (EG) Nr. 2208/2002 der Kommission eingegangen⁶, die für die bezuschussten Maßnahmen im Zeitraum 2003–2006 maßgeblich war. Das System wurde erheblich verbessert; es wurde einfacher, transparenter, die vorgeschlagenen Informationsmaßnahmen wurden besser bewertet, die zu kommunizierenden Botschaften wurden besser definiert und besser verbreitet. Der jährliche Aufruf zur Einreichung von Vorschlägen wurde schrittweise überarbeitet und weiterentwickelt, um dem politischen Klima, in dem die GAP betrieben wurde, besser zu entsprechen. Der Schwerpunkt lag darauf, die Landwirte und die breite Öffentlichkeit über den erfolgten Politikwechsel und insbesondere über die Reform aus dem Jahr 2003 und damit zusammenhängende spätere Reformen zu informieren.

1. Zuschüsse (von dritten Organisationen durchgeführte Informationsmaßnahmen)

Zu den im Rahmen der Haushaltslinie kofinanzierten Maßnahmen im Berichtszeitraum 2003–2006 gehörten Seminare, Konferenzen, Veröffentlichungen, Austauschprogramme sowie andere Aktionen, die alle entweder direkt oder indirekt dazu beigetragen haben, dass die GAP von den Bürgern der EU besser verstanden wird.

Es können zwei Arten von Maßnahmen durchgeführt werden, punktuelle Informationsmaßnahmen und jährliche Aktionsprogramme. Punktuelle Informationsmaßnahmen sind räumlich und zeitlich begrenzte Informationsmaßnahmen, die auf der Grundlage eines einzigen Finanzierungsplans durchgeführt werden, z.B. eine Konferenz, ein Seminar usw. während des Berichtszeitraums. Ein jährliches Aktionsprogramm besteht aus zwei bis fünf punktuellen Informationsmaßnahmen.

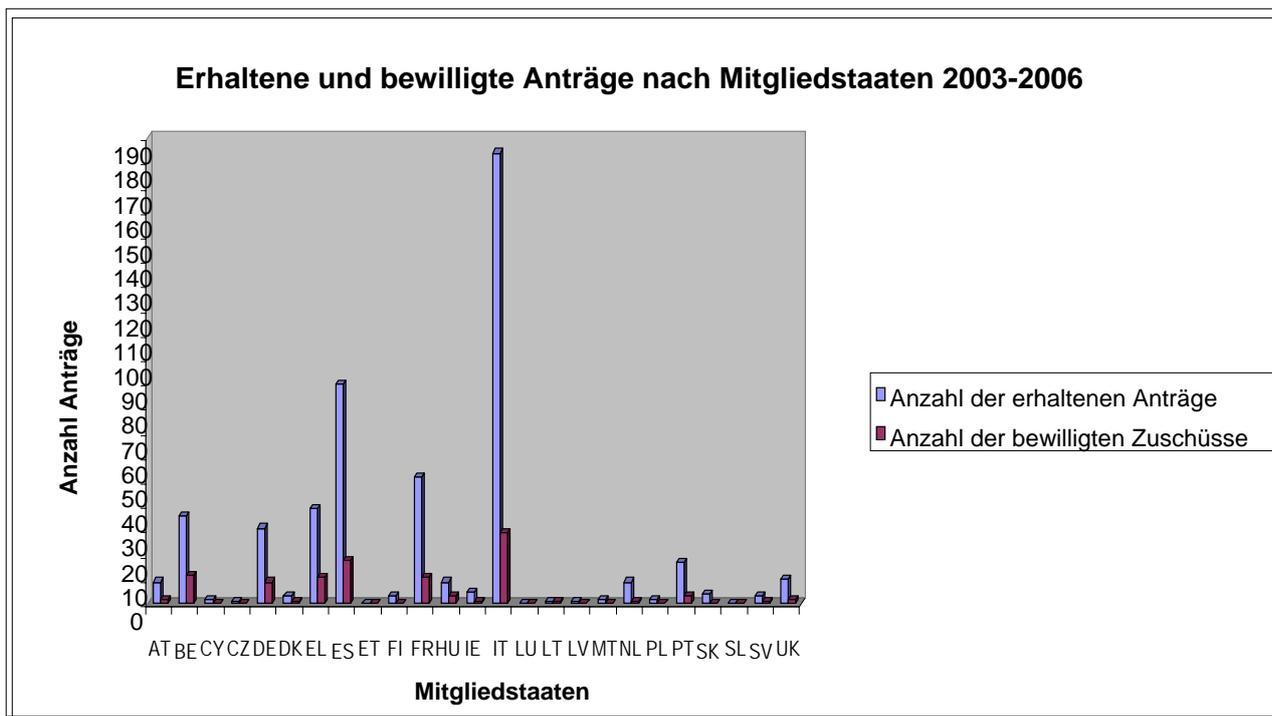
Die oben aufgeführten Maßnahmen können mit bis zu 50 % der zuschussfähigen Kosten mitfinanziert werden. Wie in der Durchführungsverordnung und dem Aufruf zur Einreichung von Vorschlägen aufgeführt, kann die Kofinanzierung in Ausnahmefällen bis zu 75 % betragen.

Während der Dauer des Berichtszeitraums wurden 35 Programme und 70 punktuelle Maßnahmen kofinanziert. Da jedes Programm aus mehreren punktuellen Maßnahmen besteht, wurden innerhalb der vier Berichtsjahre insgesamt 169 punktuelle Maßnahmen durchgeführt. Es wurden 121 Konferenzen und Seminare, 11 Besuche, 22 Veröffentlichungen, 11 audiovisuelle Produktionen und vier Web-Portale bezuschusst.

Das nachfolgende Schaubild zeigt die Anzahl erhaltener und positiv beschiedener Anträge pro Mitgliedstaat.

⁶ Verordnung (EG) Nr. 2208/2002 der Kommission mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) Nr. 814/2000 des Rates über Informationsmaßnahmen im Bereich der gemeinsamen Agrarpolitik (ABl. C 337 vom 13.12.2002, S. 21).

Schaubild I



Anhang 1 gibt einen Überblick über die während des Berichtszeitraums bewilligten Zuschüsse. Details zu den einzelnen Zuschüssen sind auf der folgenden Europa-Website abrufbar: http://ec.europa.eu/agriculture/grants/capinfo/index_de.htm

Es ist hervorzuheben, dass eine große Anzahl kofinanzierter Aktionen nicht nur die unmittelbaren Beteiligten, sondern dank dem Multiplikatoreffekt der Fachpresse und der Medien auch ein breiteres Publikum erreicht hat. Das ist darauf zurückzuführen, dass in den vergangenen Jahren bei den Aufrufen zur Einreichung von Vorschlägen verstärkt auf die bessere Verbreitung der Informationen geachtet wurde und die Antragsteller Medienpläne einschließlich der anzusprechenden Zielgruppen definieren müssen.

Wie in der Vergangenheit kamen zahlreiche Zuschussempfänger aus Belgien, wo die wichtigsten europäischen Dachorganisationen der Berufs- und Sozialverbände (einschließlich COPA-COGECA, AEFPR und CEJA) ihren Sitz haben. Eine große Anzahl solcher Aktionen wurde auch in Italien und Spanien durchgeführt, da nach wie vor eine große Anzahl von Anträgen aus diesen Ländern gestellt werden.

Dagegen kamen im Berichtszeitraum 2003–2006 immer noch relativ wenig Anträge aus den nördlichen EU-15 Ländern. Die Zahl der Anträge aus den neuen Mitgliedstaaten war sehr gering. Die Dienststellen der Kommission forschen nach möglichen Ursachen hierfür und werden Überlegungen anstellen, welche Kommunikationsmöglichkeiten neben der jährlichen Veröffentlichung der Aufrufe zur Einreichung von Vorschlägen im Amtsblatt und auf der Europa-Webseite noch genutzt werden können, um mit den Aufrufen ein größeres Publikum anzusprechen. Dabei müssen die Besonderheiten der neuen Mitgliedstaaten verstärkt berücksichtigt werden.

Während des Berichtszeitraums 2003–2006 wurden Zuschüsse unter anderem für Seminare und Konferenzen zur GAP und zur Umsetzung der GAP-Reform, zur WTO und zur Entwicklung des ländlichen Raums gewährt. Eine Reihe von Konferenzen hatten landwirtschaftliche und gesamtgesellschaftliche Themen sowie die Erweiterung der EU zum Gegenstand.

Zu den Einzelorganisationen, die während dieses Zeitraums erfolgreich Zuschüsse beantragt haben, gehörten europaweit agierende Umweltorganisationen und Organisationen zu Entwicklung des ländlichen Raums wie WWF und EUROMONTANA. Zusätzlich zu den üblichen Zuschussempfängern wie COPA-COGECA und CEJA haben unter anderem auch regionale und lokale Behörden in den Mitgliedstaaten, Medienverbände, nationale Landwirtschaftsverbände (oftmals Mitglieder in EU-Dachverbänden) sowie einige Hochschulorganisationen erfolgreich Zuschüsse beantragt. Bei einem Teil der kofinanzierten Aktionen haben die Begünstigten von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, bei der Durchführung der Aktionen weitere Organisationen als Partner zu beteiligen.

Wie bereits ausgeführt, wurden die Verfahren für die Prüfung der Anträge und die Evaluierung der bezuschussten Aktionen im Zeitraum 2003–2006 verbessert. Die Anforderungen an die *ex-ante* und *ex-post* Evaluierungen wurden in den jährlichen Aufrufen zur Einreichung von Vorschlägen weiter verfeinert. Es ist auch daran zu erinnern, dass die Verpflichtungen der Begünstigten, eine Selbstevaluierung vorzunehmen, Bestandteil der einzelnen zwischen der Kommission und den Begünstigten abgeschlossenen Zuschussvereinbarungen sind. Die Zuschüsse wurden nach einem strengen Auswahlverfahren gewährt. Die Kommunikationsstrategie der GD zielt derzeit darauf ab, besser in der Lage zu sein, die Wirkungen ihrer Informationsaktionen messen und abschätzen zu können. Die Berichte über den Einsatz der Zuschüsse werden auch in Zukunft daraufhin analysiert werden, welche Gesamtwirkung damit erzielt werden konnte. Dies deckt sich sowohl mit den Ergebnissen der externen Evaluierung als auch mit den Zielen der Verordnung.

2. Von der Kommission initiierte Informationsaktionen

Ebenso wie im vorangegangenen Berichtszeitraum gab es im Zeitraum 2003 bis 2006 eine große Anzahl von Aktionen, die auf Initiative der Kommission finanziert und die oft mit Hilfe externer technischer Unterstützung durchgeführt wurden. Für solche Maßnahmen wurden in den Jahren 2003 und 2004 etwa 38% der Finanzmittel beansprucht, dieser Anteil erhöhte sich auf 46 % im Jahr 2005 und 57 % im Jahr 2006.

Alle Initiativen der Kommission im Zeitraum 2003–2006 sowie die entsprechenden Kosten sind in Anhang II aufgeführt.

Konferenzen/Seminare

Das Organisieren von Konferenzen und Seminaren spielte weiterhin eine entscheidende Rolle. Dazu gehören auch Aktionen wie Hearings, Seminare für bestimmte Zielgruppen (Journalisten, Verbraucherverbände usw.) sowie Konferenzen auf EU- und auf internationaler Ebene.

Im Zeitraum 2003–2006 hat sich die Kommission sehr stark darum bemüht, den Dialog mit den Interessenvertretern auf allen EU-Politikfeldern zu vertiefen. Dementsprechend hat man erneut versucht, eine große Anzahl von Organisationen der Bürgergesellschaft an Seminaren und Konferenzen zu beteiligen.

Die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen wurde verstärkt, wie zum Beispiel bei der Konferenz über Junglandwirte, die im Januar 2005 von der Kommission gemeinsam mit dem Europäischen Parlament organisiert wurde, und bei der Konferenz über die „Koexistenz genetisch veränderter, konventioneller und ökologischer Kulturpflanzen- das Recht auf freie Wahl“, die gemeinsam mit der österreichischen Präsidentschaft vom 4. bis zum 6. April 2006 in Wien organisiert wurde. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Vorbereitung der Erweiterung.

Teilnahme an/Stände auf Messen

Der thematische Schwerpunkt auf der Bürgergesellschaft und auf die Einbeziehung aller interessierten Kreise sowie die Forderung nach mehr Bürgernähe aus dem Jahr 2005 haben dazu geführt, dass die Kommission regelmäßig an wichtigen jährlichen Messeereignissen wie dem *Salon international de l'Agriculture* in Paris und der *Internationalen Grünen Woche* in Berlin und an Messen allgemein teilgenommen hat.

Die häufige Anwesenheit des Kommissionsmitglieds für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, anderer Kommissionsmitglieder, von Abgeordneten des Europäischen Parlaments sowie führender nationaler und regionaler Politiker hat dazu beigetragen, das Echo der Messeteilnahme der Kommission in den Medien zu verstärken.

Messen werden ein wichtiges Instrument bleiben, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Wie von der externen Evaluierung empfohlen, wird der Schwerpunkt weiterhin auf der Suche nach Synergien und dem Formulieren angemessener Botschaften für die Öffentlichkeit liegen.

Veröffentlichungen

Es sind eine Reihe einmaliger und regelmäßiger Veröffentlichungen erfolgt. Wie in der Vergangenheit lag der Schwerpunkt auf der ländlichen Entwicklung und den WTO-Verhandlungen.

In Übereinstimmung mit der externen Evaluierung führt die GD derzeit eine Bewertung dieser Veröffentlichungen durch. Die GD beabsichtigt, in Zukunft mehr Online-Veröffentlichungen zu entwickeln und Materialien zur Verfügung zu stellen, die insbesondere in sprachlicher Hinsicht den lokalen Anforderungen entsprechen.

Website

Die Website „Landwirtschaft und ländliche Entwicklung“ hat sich während des Berichtszeitraums schnell entwickelt und ist zu einer wichtigen Quelle für Fachinformationen zu den Themen Landwirtschaft und Entwicklung des ländlichen Raums geworden. Die jüngste Bewertung ist zu dem Schluss gekommen, dass die wichtigsten Interessenvertreter die Website sehr intensiv als Informationsquelle nutzen.

Die GAP konnte auch ein Stück weit transparenter gemacht werden: auf der Website wurde eine Rubrik mit Links zu öffentlichen Websites der Mitgliedstaaten eingerichtet, die Informationen zu den Empfängern von Agrarsubventionen enthalten.

Ebenfalls erwähnenswert ist die Einrichtung des Blogs der Kommissarin Mariann Fischer Boel Anfang 2007 und damit die Nutzung eines neuen, schnell wachsenden Kommunikationsmittels. Der 2002 eingerichtete E-Mail Newsletter „Agriculture News Digest“ wird nunmehr regelmäßig an mehr als 14 000 Abonnenten in aller Welt versandt.

Die Website birgt erhebliche Entwicklungsmöglichkeiten, um ein neues und jüngeres Publikum zu erreichen. Die derzeitige Kommunikationsstrategie der GD sieht die Weiterentwicklung internetbasierter und interaktiver Kommunikationsmöglichkeiten vor.

Meinungsumfragen

Die GD Landwirtschaft hat die EU-Bürger weiterhin regelmäßig nach ihrer Meinung zur GAP und zur Entwicklung des ländlichen Raums befragt. Sie hat kürzlich auch ihre Fragen in der Eurobarometer-Umfrage überarbeitet, um besser messen zu können, welches Bewusstsein und welche Kenntnisse in der Öffentlichkeit über die GAP vorhanden sind, und um besser neue Zielgruppen ausmachen zu können, was ebenfalls den Empfehlungen des externen Bewertungsberichts entspricht.

Informationsbesuche

Um ein breiteres Publikum zu erreichen, wird das Besuchsprogramm der DG verstärkt im Internet, in weiterführenden Schulen und in Hochschulen beworben, was ebenfalls den Empfehlungen des externen Bewertungsberichts entspricht.

IV. Das Kostenverhältnis (Verpflichtungs- und Zahlungsermächtigungen) zwischen den bezuschussten Aktionen Dritter und den von der Kommission initiierten Informationsaktionen

Schaubild 2

Haushaltlinie 05.0806: Verpflichtungs- und Zahlungsermächtigungen für den Zeitraum 2003–2006

	2003		2004		2005		2006		2003–2006	
	Zuschüsse	Direkte Maßnahmen	Zuschüsse	Direkte Maßnahmen						
Verpflichtungsermächtigungen (in EUR)	1 553 637	2 607 034	1 301 959	1 985 118	1 469 239	2 516 837	2 638 670	3 718 078	6 963 505,11	10 827 067
%	37,34%	62,66%	39,61%	60,39%	36,86%	63,14%	41,51%	58,49%	39,14%	60,86%
Zahlungen (in EUR)	878 241	1 987 242	754 847	1 453 768	1 199 728	2 122 589	(*)	(*)		

(*) Zahlen liegen noch nicht vor – die meisten Aktionen dauern noch an.

(**) Im Verhältnis zum Jahr der Verpflichtungsermächtigung und zum Folgejahr (n+1 Regel).

Es ist festzuhalten, dass die jährlichen Zahlungen immer niedriger ausfallen als die ursprünglich zugewiesenen Beträge. Bei den Zuschüssen kann dies dadurch erklärt werden, dass zum einen die endgültigen Kosten der Aktion vielfach unter den ursprünglich vom Empfänger angegebenen Kosten liegen und dass zum anderen nicht alle vom Empfänger geltend gemachten Kosten zuschussfähig sind. Bei den Kommissionsmaßnahmen fallen die Unterschiede geringer aus, da dort die jeweils höchstmöglichen Beträge gebunden werden.

V. Aus dem Berichtszeitraum zu ziehende Lehren

Der externe Bewertungsbericht bewertete die Entwicklungen bei der Umsetzung der Informationsaktionen nach der Verordnung (EG) Nr. 814/2000 im Zeitraum 2000–2005 und gab Empfehlungen für künftige Verbesserungen ab.

Im Berichtszeitraum 2003–2006 wurden die Bemühungen verstärkt, um ein breites Publikum zu erreichen und die Formulierung der Botschaften sowie die eingesetzten Mittel wurden deutlich professioneller. Die Teilnahme an Messen, eine gute Möglichkeit, ein breites Publikum anzusprechen, hat seit 2002 zugenommen und ist deutlich professioneller geworden.

Es ist hervorzuheben, dass eine große Anzahl kofinanzierter Aktionen nicht nur die unmittelbaren Beteiligten, sondern dank dem Multiplikatoreffekt der Fachpresse und der Medien ein auch breiteres Publikum erreicht haben. Es wurde jedoch anerkannt, dass es aufgrund der „derzeit sehr eingeschränkten zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel“ schwierig ist, diese Gruppe (und interessierte Bewohner des ländlichen Raums) systematisch zu erreichen. Insgesamt war das Interesse der Allgemeinheit niedrig. Das spiegelt sich in der Vergabe der Zuschüsse wider; bei den Projekten waren sehr wenig nicht landwirtschaftliche Organisationen beteiligt, obwohl die Allgemeinheit im Aufruf zur Einreichung von Vorschlägen eindeutig als Zielgruppe definiert war. Allerdings nahm der Anteil der nicht landwirtschaftlichen Organisationen gegen Ende des Berichtszeitraums zu. Gleichzeitig kam man zu der Auffassung, dass klarere Erkenntnisse über die Bedürfnisse spezieller Zielgruppen und die Entwicklung geeigneter Verbreitungsstrategien hätten helfen können, die Allgemeinheit effizienter anzusprechen. Dieser Punkt wird im zweiten Teil des Berichts angesprochen, der sich mit der derzeitigen Kommunikationsstrategie zur GAP befasst.

Hinsichtlich des Erreichens der Bewohner des ländlichen Raums stellt der Bewertungsbericht fest, dass einige Aktionen wie Konferenzen und einige Aspekte der Website besonders effizient waren. Der Dialog mit der Bürgergesellschaft wurde vertieft. Die Zusammenarbeit mit Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen wurde verstärkt, um größere Synergien zu erreichen. Es wurde bereits erwähnt, dass die Bedeutung der Website immer weiter zunimmt und diese ein wichtiges Mittel zur Erreichung der in der Verordnung festgelegten Ziele darstellt, weil sie es ermöglicht, ein anderes und jüngeres Publikum anzusprechen. Auch zur Verbesserung der Effizienz hinsichtlich dieser Zielgruppe enthält der Bericht Empfehlungen. Der Bericht kam zu dem Schluss, dass der Verbreitung der Informationen und deren Brauchbarkeit im jeweiligen lokalen Zusammenhang mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden muss, dass nicht nur die Landwirte, sondern alle Bewohner des ländlichen Raums angesprochen werden müssen, dass die Rolle der Interessenvertreter als Informationsmittler stärker berücksichtigt werden sollte, und dass ein Austausch über Best-Practice-Erfahrungen bei den bezuschussten Aktionen dazu beitragen könnte, diese Zielgruppe besser zu erreichen und die verfolgte Politik effizienter zu machen.

Diese Punkte werden auch im nächsten Abschnitt behandelt. Allgemein gingen die Empfehlungen des externen Bewertungsbericht dahin, dass es angesichts der knappen personellen und finanziellen Mittel einer besseren Definition der Zielgruppen und ihrer Bedürfnisse und der geeigneten Verbreitungsstrategien bedarf, um die Ziele der Verordnung zu erfüllen und sowohl die Allgemeinheit als auch die interessierten Bewohner des ländlichen Raums zu erreichen.

ZWEITER TEIL AKTUELLER KONTEXT – KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE FÜR DIE GAP

Die Kommission hat der Informationspolitik in den letzten Jahren eine hohe Priorität eingeräumt, um die Art der Kommunikation zu verbessern und den Bürgern die EU wieder näher zu bringen. Die gesamte Öffentlichkeitsarbeit der Kommission richtet sich nach den im Aktionsplan für eine bessere Kommunikationsarbeit zu Europa gesetzten Schwerpunkten aus – Zuhören, Dialog und Diskussion⁷. In diesem Zusammenhang hat die GD Landwirtschaft und ländliche Entwicklung ihre Öffentlichkeitsarbeit überarbeitet und im Jahr 2006 ihre Kommunikationsstrategie im Rahmen der durch Verordnung (EG) Nr. 814/2000 des Rates zugewiesenen Kompetenzen angepasst. Sie versucht, auf den Erfahrungen und Erfolgen der Vergangenheit aufzubauen, um den besonderen Herausforderungen bei der Kommunikation über die GAP und ihre Ziele in der Zukunft besser begegnen zu können. Es wird gemeinhin anerkannt, dass die GAP für sichere und gesunde Nahrung sorgt und zum Schutz der Umwelt und der Tiere beiträgt. Es bestehen jedoch noch viele veraltete Vorstellungen, die das derzeitige Meinungsbild über die Landwirtschaftspolitik negativ einfärben. Deshalb nimmt die Allgemeinheit die Ergebnisse der Reform der GAP und die Rolle der Entwicklung des ländlichen Raums nicht wahr, und die Vorteile, die für die Gesellschaft dadurch entstehen, dass die GAP die Landwirte in ihrer multifunktionalen Rolle unterstützt, werden nicht vollständig erkannt. Diesem Informationsdefizit will man durch eine verstärkte, an die Allgemeinheit gerichtete Öffentlichkeitsarbeit entgegenwirken. Da sich die GAP zu einem breiter aufgefächerten Politikbereich wandelt, der sich an den Bedürfnissen aller Bürger orientiert, wird in Zukunft noch mehr Wert darauf gelegt werden, über die Interessenvertreter der Landwirtschaft hinaus ein breiteres Publikum zu erreichen.

Entsprechend den im Bewertungsbericht ausgesprochenen Empfehlungen gehören zur Kommunikationsstrategie:

- das Festlegen von Unterzielgruppen für die Informationsmaßnahmen innerhalb der Zielgruppen der Allgemeinheit und der Interessenvertreter,
- klar definierte Ziele und Botschaften,
- das Erhöhen der Synergien zwischen den einzelnen Kommunikationsmitteln und mit den anderen Akteuren auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene,
- die systematische Überwachung, Bewertung und Rückmeldung.

Die Ziele bestehen darin,

- dass die GAP von der Öffentlichkeit besser verstanden und angenommen wird,
- dass die Unterstützung durch die Interessenvertreter in der Landwirtschaft und in den ländlichen Gebieten nicht nur erhalten bleibt, sondern weiter zunimmt.

Wichtige politische Entwicklungen werden von auf Basis der Kommunikationsstrategie ausgearbeiteten Kommunikationsplänen flankiert. So wurden die Mitteilung der Kommission über die Reform der gemeinsamen Marktorganisation für Wein im Juni 2006 und die Verabschiedung des Vorschlags der Kommission zur Reform der gemeinsamen Marktorganisation für Obst und Gemüse im Januar 2007 von einer besonders breit gefächerten und intensiven Öffentlichkeitsarbeit begleitet, die Ausdruck der von der

⁷ Mitteilung an die Kommission „Aktionsplan für eine bessere Kommunikationsarbeit der Kommission zu Europa“ (SEK(2005) 985 vom 20. Juli 2005).

Kommission propagierten Maximen des aktiven Zuhörens und der Bürgernähe waren. Dies umfasste hochrangige Informationsgespräche für die Medien und die Interessenvertreter in denjenigen Mitgliedstaaten, deren Produzenten und Verbraucher am stärksten betroffen waren, im Rahmen derer den Teilnehmern der Vorschlag vorgestellt und Informationsmaterial in der jeweiligen Landessprache zu Verfügung gestellt wurde. Diese Gesprächstermine entfachten eine lebhafte Diskussion und wurden als Gelegenheiten zum offenen Dialog positiv aufgenommen. Sie werden daher als Vorbild für zukünftige Informationsaktionen im Zusammenhang mit politisch bedeutsamen Maßnahmen dienen.

Diesen Grundsatz der Bürgernähe verfolgt die Kommission natürlich auch bei den Zuschüssen. Die Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen wurde überarbeitet, um mehr auf die breite Öffentlichkeit zugeschnittene Vorhaben zu gewinnen, die vorrangigen Zielgruppen festzulegen, die Botschaften und deren Verbreitung gezielter steuern zu können und den Bedürfnissen dieser Zielgruppen in ihrem lokalen Kontext besser gerecht zu werden. So wurden die Berichterstattungspflichten für bezuschusste Aktionen verstärkt, um die erzielten Resultate besser bewerten zu können. Wie vorstehend erwähnt, entsprechen alle diese Maßnahmen den im externen Bewertungsbericht ausgesprochenen Empfehlungen.

FAZIT

Die externe Bewertung ist zu dem Ergebnis gekommen, dass die im Rahmen der Verordnung Nr. 814/2000 festgelegten Ziele der GAP-Informationspolitik für die Bedürfnisse der Zielgruppen relevant waren, und zwar sowohl bei den von der Kommission als auch bei den von Dritten durchgeführten kofinanzierten Aktionen. Nach wie vor müssen sowohl die Interessenvertreter im ländlichen Raum als auch die Allgemeinheit besser über die GAP informiert werden, um dem derzeit noch bestehenden Informationsdefizit zu begegnen.

Der Bewertungsbericht hat auf die besonderen Schwierigkeiten im Zusammenhang mit der Vermittlung der Ziele der GAP hingewiesen. Obwohl sich die verfolgte Politik in den letzten 15 Jahren grundlegend verändert hat, ist deren Wahrnehmung in der Öffentlichkeit die alte geblieben. Laut den Meinungsumfragen werden die Ziele der GAP zwar unterstützt, jedoch muss das Bewusstsein für die GAP verstärkt werden und es muss deutlicher werden, dass diese Politik auf die von den Bürgern geäußerten Bedenken eingeht.

Da die für die Aufgabe, die Allgemeinheit zu erreichen, zur Verfügung stehenden Mittel begrenzt sind (sie werden im Bewertungsbericht als „in jeder Hinsicht gering“ bezeichnet), wird sich die GD Landwirtschaft und ländliche Entwicklung bei ihren Bemühungen auf ihre Kernzielgruppen konzentrieren (die Landwirte und die Allgemeinheit). Wie schon oben erläutert, hat sie 2006 ihre Kommunikationsstrategie im Hinblick auf die in der Verordnung formulierten Ziele und in Übereinstimmung mit dem von der Kommission nochmals bekräftigten Willen, die Kommunikation mit den EU-Bürgern zu verbessern, überarbeitet. Sie hat daher eine Liste der wichtigsten zu vermittelnden Botschaften zusammengestellt und entwickelt derzeit geeignete Verbreitungsstrategien für vorrangige Zieluntergruppen.

Es würde sehr zur Effizienz unserer Öffentlichkeitsarbeit zur GAP beitragen, wenn es gelänge, positive Synergien zwischen den Kommunikationsstrategien der EU und denen der Mitgliedstaaten zu schaffen. Wir müssen hierbei auf bereits existierenden Beispielen erfolgreicher Kooperationen und Partnerschaften aufbauen. Das öffentliche Verständnis der GAP zu verbessern ist eine wichtige und dringende Aufgabe. Den Mitgliedstaaten kommt bei der Schaffung von Partnerschaften eine Schlüsselrolle zu, um die konkreten Vorteile der Politik zu erklären und zur offenen Diskussion auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene zu

ermutigen. Deshalb fordert die Kommission die Mitgliedstaaten auf, sich an den Informationsmaßnahmen im Allgemeinen und an denjenigen nach der Verordnung Nr. 814/2000 des Rates im Besondern zu beteiligen. Auch dies erfolgt wiederum in Übereinstimmung mit der derzeit geltenden Kommunikationspolitik, die die Schlüsselrolle der Mitgliedstaaten bei der Information der Bürger über Angelegenheiten der Europäischen Union betont.

ANHÄNGE

- Anhang I: Tabelle der Zuschüsse für 2003–2006
- Anhang II: Aufschlüsselung der direkten Maßnahmen der Kommission 2003–2006
- Anhang III: Liste der Abkürzungen.