



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 3.10.2007
KOM(2007) 568 endgültig

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

Partnerschaft für die Kommunikation über Europa

{KOM(2007) 569 endgültig}
{SEK(2007) 1265}
{SEK(2007) 1267}

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	3
1. KOHÄRENTE UND INTEGRIERTE KOMMUNIKATIONSARBEIT	4
2. DIE ROLLE DER BÜRGER STÄRKEN.....	6
2.1. Lokal handeln.....	7
2.2. Aktiver europäischer Bürgersinn	9
3. ENTWICKLUNG EINER EUROPÄISCHEN ÖFFENTLICHKEIT	10
3.1. Politische Dimension	11
3.2. Medien und Informationsdienste.....	12
3.3. Die öffentliche Meinung in Europa verstehen	13
4. STÄRKUNG DES PARTNERSCHAFTLICHEN ANSATZES.....	14
4.1. Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten.....	15
4.2. Zusammenarbeit mit den Europäischen Institutionen.....	16
4.3. Interinstitutionelle Vereinbarung zur Kommunikation.....	17
5. FAZIT	17

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

Partnerschaft für die Kommunikation über Europa

EINLEITUNG

Auch fünfzig Jahre nach Unterzeichnung des Vertrags von Rom wandelt und erneuert sich die Europäische Union, um in der Lage zu sein, mit den Chancen und Herausforderungen in den Bereichen Globalisierung, Energieeffizienz und Energieunabhängigkeit, Wettbewerbsfähigkeit, Migration, Sicherheit und Klimawandel bestmöglich umzugehen. Die heutige Union ist größer und vielfältiger und befasst sich mit immer komplexeren Fragen, wobei der von der EU erzeugte Mehrwert beachtlich, aber nicht immer einfach zu vermitteln ist.

Vor diesem neuen Hintergrund ist eine neue Arbeitsweise vonnöten, eine, die sich stark auf eine Partnerschaft zwischen verschiedenen Akteuren in der europäischen Gesellschaft stützt, mit dem Ziel, Ergebnisse zu liefern, die für die Bürger der EU relevant sind und mit ihnen angemessen erörtert werden. Einiges deutet darauf hin, dass die Bürger Europas im Innersten überzeugt sind, dass unsere Gesellschaften den heutigen Herausforderungen nur gerecht werden können, wenn sie auf europäischer Ebene agieren. Die aktuelle Verlagerung von Ziel und Fokus der Union stimmt also gut mit den Anliegen der Bürger überein.

Heute mehr denn je muss die Debatte über Europa über die Institutionen hinaus zu den Bürgern getragen werden. Dies wurde auf der Tagung des Europäischen Rates im Juni 2007 bekräftigt, der betonte, dass es von entscheidender Bedeutung ist, die Kommunikation mit den europäischen Bürgern zu verstärken, indem sie uneingeschränkt und umfassend über die Europäische Union informiert und in einen ständigen Dialog einbezogen werden¹. Dies wird während des Ratifizierungsprozesses des Reformvertrags und im Vorfeld der Wahlen zum Europäischen Parlament im Jahre 2009 besonders wichtig sein.

Die Kommission steht gemeinsam mit allen Organen und Einrichtungen der EU sowie den Mitgliedstaaten vor dieser Herausforderung. Eine fundierte und mit angemessenen Ressourcen ausgestattete Kommunikationsstrategie ist ein wesentliches Element des politischen Instrumentariums der EU. Sie muss die Nähe zu den Bürgern kombinieren mit einem Wirkungsbereich, der die gesamte Union und jenseits der aktuellen Grenzen diejenigen Länder umfasst, die Mitglieder werden wollen – und darüber hinaus die gesamte Welt.

Die Kommission hat bereits drei Initiativen zu den Schwerpunkten „Zuhören“, „Kommunizieren“ und „Lokal handeln“ verabschiedet. Der Aktionsplan² löste eine umfassende interne Reform der Nutzung der Kommunikationsressourcen in der Kommission aus. Mit dem Plan D³ wurde ein langfristiger Rahmen für den Dialog mit dem Bürger geschaffen, der weit über die aktuelle Debatte über die Zukunft Europas hinausgeht. Zuletzt

¹ SI (2007) 500.

² SEK(2005) 985.

³ KOM (2005) 494.

propagierte die Kommission in ihrem Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik⁴ eine Kommunikation in beide Richtungen, unter aktiver öffentlicher Beteiligung der Bürger und mit einer Verschiebung von einem Brüssel-zentrierten Konzept hin zur Einbeziehung der lokalen Ebene.

Die vorliegende Mitteilung greift auf die Ergebnisse der genannten Initiativen zurück⁵, konsolidiert die laufenden Maßnahmen und formuliert eine Reihe konkreter Vorschläge, die als Grundlage für eine erweiterte Kommunikationsstrategie für die Europäische Union dienen sollen, unter Wahrung der Autonomie der einzelnen Institutionen. Hauptziel ist die Stärkung von Kohärenz und Synergien der Arbeit der einzelnen EU-Institutionen und der Mitgliedstaaten, um den Bürgern einen besseren Zugang zu Informationen und ein besseres Verständnis der Auswirkungen der EU-Politik auf europäischer, nationaler und lokaler Ebene zu vermitteln. Eine solche Strategie muss auf die grundsätzlichen Anliegen der Bürger eingehen, denen die Informationen zur EU unorganisiert, bruchstückhaft und schwer verständlich erscheinen. EU-Themen werden meist durch die nationale Brille gesehen und selten im transnationalen Kontext dargestellt, obwohl zahlreiche alltägliche Probleme der Bürger nur auf europäischer Ebene gelöst werden können. Zudem ist das Wissen der Bürger über die EU, ihre Institutionen und politischen Strategien eher begrenzt. Hier sind zuallererst die Mitgliedstaaten gefragt, über das in ihrer Verantwortung liegende Bildungswesen darauf zu reagieren. Tätig werden sollten auch demokratische Plattformen, etwa national und europaweit tätige politische Parteien, deren Aufgabe es ist, unterschiedliche Standpunkte darzustellen, um die öffentliche Debatte zu EU-Themen anzuregen und zu strukturieren.

Die Kommission wird ihrerseits ihre Kommunikationsarbeit verstärken, indem sie Informationen bereitstellt und die Diskussion mit den Bürgern auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene aufnimmt, um einen aktiven europäischen Bürgersinn zu fördern und zur Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit beizutragen. Die Kommission ist zudem der Ansicht, dass die Kommunikation über europäische Themen Aufgabe aller am Entscheidungsprozess in der EU Beteiligten ist. Daher plant die Kommission – unter umfassender Wahrung ihrer institutionellen Vorrechte –, auf der Grundlage ausgewählter jährlicher Kommunikationsprioritäten in enger Partnerschaft mit den anderen EU-Institutionen zu arbeiten, aber auch die Mitgliedstaaten und alle betroffenen Akteure einzubeziehen, um dieses Ziel zu erreichen. Zur Untermauerung dieser Partnerschaft schlägt die Kommission eine interinstitutionelle Vereinbarung vor, um den EU-Kommunikationsprozess zu strukturieren und alle Akteure aufzufordern, sich in einem kohärenten und flexiblen institutionellen Rahmen zu engagieren. Dies wird die Entwicklung eines gemeinsamen jährlichen Arbeitsprogramms zu ausgewählten EU-Kommunikationsprioritäten erlauben.

1. KOHÄRENTE UND INTEGRIERTE KOMMUNIKATIONSARBEIT

Die Kommunikationstätigkeit **der Kommission** zielt darauf ab, Austausch, Debatten und Verständnis zwischen europäischen Institutionen, der Öffentlichkeit, der organisierten Zivilgesellschaft und einzelnen Zielgruppen auf europäischer, nationaler, regionaler und lokaler Ebene zu schaffen bzw. zu fördern. Zudem sollten der Kontakt mit den Bürgern und ein neuer Impuls für mehr Transparenz als fester Bestandteil jeder Maßnahme gesehen

⁴ KOM (2006) 35.

⁵ SEK(2007) 1265.

werden. Zeit und ein angemessener Ressourcenanteil sollte entsprechend auch für solche Aktivitäten vorgesehen werden.

Kommunikationsarbeit wird von einer großen Zahl von Kommissionsdienststellen betrieben, über audiovisuelle Medien, Internet, Presse, Veröffentlichungen, Veranstaltungen und Informationsstellen. Eine optimale Wirkung erfordert daher deren wirksame Integration und die kohärente Mobilisierung aller verfügbaren Ressourcen.

Der Sprecherdienst wird ein Eckpfeiler der Kommunikationspolitik der Kommission bleiben, mit den Schwerpunkten Vermittlung von Kommissionsnachrichten an Presse und audiovisuelle Medien in Brüssel und anderswo sowie Beantwortung von Anfragen der Medien. Außerdem hat die Kommission jüngst eine Strategie für interne Kommunikation und Einbindung des Personals⁶ angenommen, in der sie ihr Personal zu Kontakten mit der Öffentlichkeit und den Medien ermutigt. Diese Strategie schließt die Information und Vorbereitung der Beamten als auch die Schulung einer Gruppe von Sprechern der Kommissionsdienststellen ein. Insbesondere sollten leitende Beamte der Kommission die nötige Fortbildung erhalten, um über EU-Strategien kommunizieren und sich an öffentlichen Debatten beteiligen zu können und generell eine wichtige Rolle im Kontakt mit den Medien zu spielen, ergänzend zur Medienarbeit der Kommissare.

Die Kommission wird weiterhin mit verschiedenen Multiplikatoren zusammenarbeiten und ihnen Informationen für die Bürger vor Ort an die Hand geben. Es gibt bereits eine Reihe von Maßnahmen, die wesentliche Elemente einer wirksamen Kommunikationsstrategie bilden, unter anderem solche, die Transparenz und Offenheit fördern („Europäische Transparenzinitiative“⁷), ein Europa näher am Bürger („Eine bürgernahe Agenda – Konkrete Ergebnisse für Europa“⁸), eine aktive EU-Bürgerschaft (Programm „Europa für Bürgerinnen und Bürger“⁹) und europäische Kultur („Eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung“)¹⁰.

Es gibt noch Spielraum, EU-Handeln auf allen Ebenen stärker sichtbar zu machen und den Bürgern seine Nützlichkeit nahe zu bringen. Die Kommission kooperiert mit den Mitgliedstaaten bei der Kommunikation über EU-Maßnahmen auf verschiedenen Politikfeldern. In der Kohäsions- und Umweltpolitik sowie der Politik zur Entwicklung des ländlichen Raums müssen die Verwaltungsbehörden Mindestkommunikationsanforderungen erfüllen; die Mitgliedstaaten sind rechtlich verpflichtet, den potenziellen Empfängern wie auch der Öffentlichkeit Informationen über das Programm bereitzustellen¹¹. Besteht keine rechtliche Verpflichtung, wird die Kommission dennoch dafür sorgen, dass die Kommunikation ein integratives Element aller Initiativen und Programme ist.

⁶ SEK(2007) 0912.

⁷ KOM(2006) 194 endgültig.

⁸ KOM(2006) 211 endgültig.

⁹ Beschluss Nr. 1904/2006/EG (ABl. L 378 vom 27.12.2006).

¹⁰ KOM(2007) 242 endgültig.

¹¹ So sehen beispielsweise für den Zeitraum 2007-2013 die Verordnung 1828/2006 der Kommission vom 8. Dezember 2006 zur Durchführung der Strukturfonds sowie die Verordnung 1698/2005 des Rates vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) folgende Mindestanforderungen für die Kommunikationsarbeit der Verwaltungsbehörden vor: Veröffentlichung von Listen der Empfänger; Aufstellen von Erläuterungstafeln am Standort laufender Projekte sowie nationale und regionale Auftaktveranstaltungen oder jährliche Kommunikationsveranstaltungen in den Mitgliedstaaten und Regionen. Die Vertretungen der Kommission können durch Verbreitung von Informationen an potenzielle Empfänger einen Beitrag leisten.

Die Kommunikationsarbeit der Kommission in Drittländern zielt darauf ab, das Image der EU als globaler Akteur zu stärken und durch proaktive öffentliche Diplomatie gute Beziehungen zu knüpfen, wodurch der Kommission das Erreichen ihrer außenpolitischen Ziele erleichtert wird. Die Grundlage bildet eine gemeinsame Strategie der für spezifische außenpolitische Bereiche zuständigen Dienststellen, wodurch ein kohärenteres Vorgehen sowie Synergien bei der Kommunikation zu verschiedenen Politikfeldern gewährleistet werden und eine größere Öffentlichkeitswirkung ermöglicht wird. Die meisten dieser Aktivitäten werden unter aktiver Mitarbeit der Delegationen der Kommission durchgeführt. Die Kommission wird der Interinstitutionellen Gruppe „Information“ (IGI) ein Papier zur Kommunikation der EU in Drittländern vorlegen.

Ausgehend von den mehrjährigen strategischen Zielen der Kommission wurden in der diesjährigen Jährlichen Strategieplanung (APS) erstmals Schlüsselinitiativen mit größerer Kommunikationswirkung identifiziert; dies soll künftig fester Bestandteil der APS sein. Anschließend werden diese ausgewählten Kommunikationsprioritäten in das legislative Arbeitsprogramm der Kommission aufgenommen¹². Die Kommission strebt eine bessere Koordinierung der Kommunikationsarbeit aller einschlägigen Dienststellen bei diesen bürgerorientierten Querschnittsthemen an, und zwar durch Einsetzung spezifischer Projektteams¹³ zur Entwicklung eines Kommunikationsplans, der Instrumente, Ressourcen und Bewertungsmethoden festlegt¹⁴. Das Paket „Energie – Klimawandel“ vom Januar 2007 war einer der ersten Versuche dieser Art, ein integriertes Kommunikationskonzept zu entwickeln. Aufbauend auf dieser Erfahrung wird die Vorgehensweise verfeinert und überall dort eingesetzt, wo dies möglich ist.

Die Vorschläge in der vorliegenden Mitteilung lassen sich innerhalb der bestehenden mehrjährigen Finanzplanung umsetzen¹⁵. Angesichts begrenzter Ressourcen sind jedoch eine deutliche Steigerung der Effizienz und die Entwicklung größerer Synergieeffekte notwendig, durch die Mobilisierung dieser Ressourcen zur Kommunikation über Europa und durch die Einbeziehung von Kommunikationsmaßnahmen in die jährlichen Managementpläne.

2. DIE ROLLE DER BÜRGER STÄRKEN

Mehr als acht von zehn Europäern halten es für wichtig, über europäische Themen informiert zu sein. Sieben von zehn Europäern möchten mehr über ihre Bürgerrechte wissen. Fast zwei Drittel aller Bürger glauben, dass die verfügbaren Informationen über die EU nützlich und interessant sind, fast ebenso viele halten sie aber für unzureichend¹⁶. Es gibt den Wunsch nach einer offeneren Debatte, in der die Bürger ihre Ansichten zum Ausdruck bringen und Einfluss auf die Entscheidungen auf EU-Ebene nehmen können.

¹² Einige dieser Prioritäten werden in der Interinstitutionellen Gruppe „Information“ diskutiert, um Möglichkeiten gemeinsamen Vorgehens auszuloten (siehe Nummer 4.2).

¹³ Ein gutes Beispiel für eine solche Vorgehensweise ist die Kampagne zur Reform im Weinmarkt.

¹⁴ Die Generaldirektion Kommunikation wird für die Kommunikationsprioritäten Human- und Finanzressourcen bereitstellen und die Vertretungen der Kommission auffordern, dies in ihrem jährlichen Managementplan ebenfalls zu tun.

¹⁵ Siehe SEK(2007) 500 und SEK(2007) 530.

¹⁶ Alle Meinungsforschungsdaten in dieser Mitteilung stammen aus dem *Flash Eurobarometer* Nr. 189a zum Weißbuch: EU-Kommunikationspolitik und die Bürger. Die Erhebungen wurden im September 2006 durchgeführt.

In Übereinstimmung mit jüngsten Schlussfolgerungen des Europäischen Rates entwickelt die Kommission geeignete Strukturen, Mittel und Kompetenzen, um ihrer Verpflichtung zur Sicherstellung angemessener Information und zur Einbeziehung der Bürger in Dialog und Debatte gerecht zu werden. Die ersten sechs transnationalen Projekte zur Bürgergesellschaft im Rahmen von Plan D wurden 2006 gestartet. 2007 wurde eine zweite Gruppe von Projekten gefördert, diesmal handelte es sich um lokale Projekte, bei denen Jugendliche und Frauen die Hauptzielgruppen sind. In den nächsten Monaten wird die Kommission eine Bestandsaufnahme der Ergebnisse von Plan D vornehmen und Vorschläge zu einer Ausweitung der demokratischen Debatte in ganz Europa vorlegen. Die Bestandsaufnahme fällt zeitlich zusammen mit der Ratifizierung des Reformvertrags durch die Mitgliedstaaten und mit der Vorbereitung auf die Wahlen zum Europäischen Parlament. Eine dritte Gruppe von Projekten zur Bürgergesellschaft wird 2008-2009 gestartet, dabei sollen unter anderem Initiativen zur Steigerung der Wahlbeteiligung bei den nächsten Europawahlen unterstützt werden.

Der erneuerte Rahmen des Plans D soll auch viele Partner einbeziehen, die für die Entwicklung der Europäischen Union relevant sind, darunter NGO, Berufsverbände und die größer werdende Gruppe von Unternehmen, die mehr über Europa, seine Politik, seine Programme und Vorgehensweisen erfahren möchten. Ihre Kommunikationsressourcen und ihr Know-how sind oft beachtlich, und die Kommission wird sich um Partnerschaften mit ihnen bei der Kommunikation zu Themen von allgemeinem Interesse – etwa Klimawandel und Bekämpfung von Fremdenfeindlichkeit – bemühen.

In diesem Kontext ist Mehrsprachigkeit von entscheidender Bedeutung. In den letzten beiden Jahren hat die Kommission die Zahl der Sprachen, in denen sie kommuniziert, verdoppelt. Die Kommission hat in ihren Vertretungen ein Netz von Außenstellen für Mehrsprachigkeit eingerichtet. Angesichts begrenzter Ressourcen sind Abwägungen zwischen dem veröffentlichten Informationsumfang und der Ausweitung der Zielgruppe wohl unausweichlich, und dafür ist ein kohärentes Konzept erforderlich.

2.1 Lokal handeln

Kommunikation auf regionaler und lokaler Ebene ist entscheidend für die Einbeziehung der Bürger in die europäische Debatte, wie unsere Erfahrung bei der Umsetzung des Aktionsplans und des Plans D bestätigt. Das Pilotprojekt, in dessen Rahmen elf der Vertretungen der Kommission in den Mitgliedstaaten und vier der Regionalbüros zusätzliches Personal für die Kommunikation erhielten, hat eine deutliche Steigerung von Zahl und Qualität ihrer Aktivitäten zur Förderung der europäischen Debatte im Rahmen der jeweiligen nationalen Politik ermöglicht¹⁷. Die Kommission hält es für wichtig, dass auf dieser positiven Erfahrung aufgebaut wird, und sie wird, ausgehend von den Ergebnissen der aktuellen Bewertung aller laufenden Kommunikationsaktivitäten, die Möglichkeit einer Konsolidierung und Ausweitung prüfen.

Ergänzt werden die verstärkten Aktivitäten in den betreffenden Vertretungen durch die Arbeit von über 400 Europe-Direct-Informationsstellen, die Informationen über die EU lokal und regional verbreiten, unter anderem auch in ländlichen Gebieten. Die Kommission wird im Jahr 2008 neue Europe-Direct-Informationsstellen in Bulgarien und Rumänien eröffnen. Im

¹⁷ 2006 organisierten die betreffenden Vertretungen über 830 Seminare, 4 000 Presseerklärungen bzw. -konferenzen und waren bei über 370 Besuchen von Kommissaren einbezogen.

nächsten Jahr wird sie zudem eine Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen für die Erneuerung des gesamten Netzes in der EU der 27 veröffentlichen. Damit soll die geografische Abdeckung verbessert und sichergestellt werden, dass Außenstellen Informationen zu Kommunikationsprioritäten sowie zu anderen Fragen bereitstellen können, die für die Bürger wichtig sind.

Die Kommission verwaltet zudem eine große Zahl von Informations- und Unterstützungsnetzen in spezifischen Politikbereichen, etwa EURES, ERA-MORE¹⁸, SOLVIT¹⁹ sowie die Euro-Info-Zentren und die Innovation Relay Centres²⁰. Diese insgesamt 1 700 Zentren sind einzigartige Kontaktstellen und Multiplikatoren für eine Vielzahl von Akteuren auf lokaler und regionaler Ebene (Organisationen der Sozialpartner, Universitäten, Unternehmen, Arbeitsvermittlungen, Handelskammern, Sprachlehr- und Berufsbildungszentren). Die Kommission wird die Machbarkeit einer engeren Koordination zwischen diesen Zentren prüfen, um die Kommunikationsfähigkeit der Kommission noch weiter zu stärken. Größere Synergieeffekte zwischen den Netzwerken werden im Netz für externe Kommunikation erprobt, insbesondere zu ausgewählten Kommunikationsprioritäten. Außerdem wurde eine dienststellenübergreifende Gruppe eingesetzt, die sich mit der Frage befassen soll, wie die verschiedenen von der Kommission betriebenen Netze in einem Unterstützungsdienst für den Binnenmarkt zusammenarbeiten könnten.

Neben der Kommunikation mit Öffentlichkeit und Zivilgesellschaft werden die Vertretungen sich auch verstärkt an der Abwicklung von Besuchen der Kommissare in den Regionen beteiligen²¹ und sich um einen größeren Beitrag zum Informationsangebot für regional und lokal tätige Journalisten – sowohl mittels modernster Medientechnologien als auch auf traditionellen Wegen – bemühen. *Die Einbeziehung anderer EU-Stellen, wie etwa der dezentralen EU-Agenturen, wird konkrete Beispiele für EU-Initiativen im Dienste der Bürger liefern.* Die Vertretungen und die Informationsbüros des Europäischen Parlaments arbeiten am Aufbau engerer Beziehungen. In den meisten Fällen befinden sich diese Stellen bereits in den jeweiligen Europa-Häusern unter einem gemeinsamen Dach. So behalten sie zwar ihre Eigenständigkeit, erhöhen jedoch ihre Öffentlichkeitswirkung und können stärker gemeinsam tätig werden.

2007-2008 wird ein gemeinsames Pilotprojekt mit den Europäischen Parlament anlaufen, mit dem Europäische öffentliche Räume als Veranstaltungsorte für ein breites Spektrum europäischer Aktivitäten geschaffen werden sollen; Startpunkte sind die Europa-Häuser in Tallinn, Dublin und Madrid. Die Pilotphase dieser Europäischen öffentlichen Räume wird ein neues Publikum anziehen und ein neues Erscheinungsbild prägen – eines, das stärker auf die jüngere Generation ausgerichtet ist. Als „Treffpunkt“ für Bürger, NGO, politische Akteure und die Medien werden diese Europäischen öffentlichen Räume so gestaltet, dass dort

¹⁸ EURES – Europäische Arbeitsverwaltungen; ERA-MORE – Europäisches Netz der Mobilitätszentren.

¹⁹ SOLVIT ist ein Online-Problemlösungsnetz, in dem die EU-Mitgliedstaaten zusammenarbeiten, um ohne Rückgriff auf Rechtsverfahren Probleme zu lösen, die durch fehlerhafte Anwendung des Binnenmarktrechts durch Behörden entstehen.

²⁰ Die Arbeit der aktuellen Euro-Info-Zentren und der Innovation Relay Centres (EU-Verbindungsbüros für Forschung und Technologie) wird ab 2008 von einem neuen Netz zur Förderung von Unternehmen und Innovation übernommen. Damit werden rund 600 Zentren vernetzt, die den größten Teil des Gebiets der EU der 27 abdecken.

²¹ Hierzu will die Kommission insbesondere – jedoch nicht ausschließlich – auf dem Erfolg der Besuche aufbauen, die die Kommissare anlässlich des traditionellen Treffens zwischen Ratsvorsitz und Kommission zu Beginn der Präsidentschaft eines Landes in verschiedenen Regionen dieses Landes absolvieren.

Ausstellungen, Filmvorführungen, Sitzungen, Besuche, Diskussionen, Debatten und Vorträge hauptsächlich zu Themen wie Zivilgesellschaft, Politik, Bildung, Hochschulfragen, Thinktanks und Kultur veranstaltet werden können. Damit werden sie einen konkreten Beitrag zur Umsetzung der „europäischen Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung“ leisten. Verbindungen zum Netz der nationalen Kulturinstitute (EUNIC) sollen die verschiedenen kulturellen Programme und anderen Initiativen fördern, die von den EU-Institutionen getragen werden, gleichzeitig soll über eine Zusammenarbeit mit regionalen und lokalen Netzen, der Zivilgesellschaft und den Medien ein möglichst großes Publikum in städtischen und ländlichen Gebieten erreicht werden. Die Europäischen öffentlichen Räume werden neue Einrichtungen bieten, etwa Konferenzzentren, Informationsbüros, Ausstellungsflächen und Lesebereiche. Einige dieser Angebote bestehen teilweise schon, aber offene Räume und Bemühungen um neue Akteure, die mit Kommission und Parlament zusammenarbeiten, werden ein neues Umfeld schaffen.

Im Licht der positiven Erfahrungen mit der Kommunikation über die Reform des Weinsektors könnten Politikexperten eingesetzt werden, um die politischen Initiativen der EU – am Tag ihrer Verabschiedung zeitgleich in Brüssel und in den Mitgliedstaaten (abhängig von den Ressourcen in den Vertretungen und politischen Abteilungen) – den Betroffenen und der Öffentlichkeit zu vermitteln.

2.2 Aktiver europäischer Bürgersinn

Die Konsultation zum Weißbuch hat bestätigt, dass die Akteure der Zivilgesellschaft nachdrücklich eine engere Einbeziehung in den europäischen Prozess wünschen. Die Kommission unterstützt die aktive EU-Bürgerschaft bereits durch die Programme „Europa der Bürgerinnen und Bürger“ und „Grundrechte und Unionsbürgerschaft“²², die zu einer stärkeren Beteiligung am demokratischen Leben der EU ermutigen. Die Programme „Jugend in Aktion“ und „Kultur“ tragen durch grenzüberschreitende Mobilität ebenso zur Förderung einer aktiven Unionsbürgerschaft bei.

Für die Bereiche allgemeine und berufliche Bildung und Jugend sind in erster Linie die Mitgliedstaaten zuständig. Die Rechte und Pflichten der europäischen Bürger sind in weniger als der Hälfte der EU-Mitgliedstaaten Teil des Schulcurriculums, die Geschichte der europäischen Integration wird bereits in 20 Mitgliedstaaten vermittelt²³. Die Koordinierung des Austauschs bewährter Verfahren auf europäischer Ebene bietet die Möglichkeit, einen Mehrwert zu schaffen. Alle Beteiligten sollten die Empfehlung zu Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen umfassend nutzen, die den Mitgliedstaaten ein Instrument zur Förderung von sozialen Kompetenzen und Bürgerkompetenzen als Teil der Grundqualifikation bieten, die jeder Bürger zum Bestehen in der Wissensgesellschaft benötigt. Dazu gehört auch das Fremdsprachenlernen, ein wertvolles Mittel zum Erwerb interkultureller Kompetenzen, die wiederum ein wichtiges Element der aktiven Unionsbürgerschaft sind. Auf Grundlage der Ergebnisse einer 2007 durchgeführten öffentlichen Konsultation wird die Kommission diejenigen Aspekte der Schulbildung ermitteln, bei denen die Mitgliedstaaten durch gemeinsames Handeln auf EU-Ebene unterstützt werden könnten. Beispielsweise wird sie prüfen, wie Schulen ihren Schülern am besten Schlüsselkompetenzen vermitteln könnten und wie Schulgemeinschaften dazu beitragen können, junge Menschen auf ihre Aufgabe als

²² Beschluss des Rates vom 27. März 2007, Dok. Nr. 16505/06.

²³ Citizenship Education at School in Europe, Informationsnetz zum Bildungswesen in Europa (Eurydice) 2005.

verantwortungsbewusste Bürger vorzubereiten, in Übereinstimmung mit grundlegenden europäischen Werten.

Das Programm für lebenslanges Lernen unterstützt Projekte, die für die allgemeine und berufliche Bildung im Hinblick auf die aktive Unionsbürgerschaft und für die Förderung von Bürgerkompetenzen relevant sind. Sie wird auch den Austausch bewährter Verfahren zwischen den Lehrkräften in diesem Bereich fördern. Die Kommission wird die Ausarbeitung von Informationsdossiers zu europäischen Themen fördern, einschließlich Verweisen auf einschlägige Veröffentlichungen, die vom Server EUROPA heruntergeladen und von interessierten Schulen und Lehrern eingesetzt werden können.

Die Kommission möchte gezieltere Besuchsprogramme für Schüler und Studenten einführen und wird prüfen, wie dies realisiert werden kann. Die Vertretungen der Kommission und die Europe-Direct-Informationsstellen werden auch Gruppen aus verschiedenen Gesellschaftsbereichen (darunter Studenten) zu Seminaren und Debatten in ihren Räumen einladen und dabei vorhandenes Informationsmaterial einsetzen. Die Besuche von rund 400 deutschen Beamten der Europäischen Union bei ihren früheren Schulen im Rahmen der deutschen Präsidentschaft 2007 waren sehr erfolgreich, sie haben in den Schulen eine Debatte ausgelöst und die lokalen Medien zur Berichterstattung veranlasst. Die Kommission plant die Fortsetzung dieser Maßnahmen unter künftigen Präsidentschaften. In gleicher Weise wird die Kommission ihre „Initiative 9. Mai – Europatag in den Schulen“ in enger Kooperation mit lokalen und regionalen Behörden, mit Mitgliedern des Europäischen Parlaments und mit der Zivilgesellschaft fortsetzen²⁴.

Über ein internes Netz von Kontakten zur Zivilgesellschaft und durch ihre Programme und Aktionen fördert die Kommission Beziehungen zu Organisationen der Zivilgesellschaft und zu ihren transnationalen Netzen, um so bewährte Verfahren auszutauschen, über gemeinsame Probleme nachzudenken und ein kohärentes Konzept der für die Beziehungen zur Zivilgesellschaft zuständigen Dienststellen auszuarbeiten. Die Kommission wird den Zugang der Organisationen der Zivilgesellschaft zur Kommission vereinfachen, indem sie in jeder Dienststelle einen eigenen Ansprechpartner für die Zivilgesellschaft benennt.

3. ENTWICKLUNG EINER EUROPÄISCHEN ÖFFENTLICHKEIT

Viele politische Entscheidungen mit deutlicher Auswirkung auf den Alltag der Bürger werden auf europäischer Ebene getroffen. Politische Maßnahmen, die offensichtlich den Erwartungen der Bürger entsprechen – zu Themen wie Binnenmarkt, Klimawandel, nachhaltige Mobilität, Handel, Energiepolitik oder Migration – und auf einer umfassenden Konsultation aufbauen, sind der beste Weg, die Relevanz der EU für ihre Bürger deutlich zu machen. Die Kommunikation zu solchen Maßnahmen muss über nationale Grenzen hinweggehen, mit grenzübergreifenden Kommunikationskanälen, die Debatten und Dialog zu Fragen von gemeinsamem Interesse anregen und gleichzeitig die europäische Agenda widerspiegeln.

²⁴ 2007 organisierte EuropeAid den Besuch von 75 „Botschaftern“ an Schulen in 44 Regionen in 18 Mitgliedstaaten; diese „Botschafter“ beteiligten sich an Debatten über die außenpolitische Zusammenarbeit und erreichten unmittelbar 97 000 Schüler. In ähnlicher Weise – allerdings nicht auf Schulen beschränkt – hat die GD Landwirtschaft ein „Green Team“ mit 80 „Green-Team-Botschaftern“ geschaffen, die sich um Anliegen der Menschen kümmern und die GAP sowie die Politik zur Entwicklung des ländlichen Raums erläutern sollen.

Nur wenn die EU bei ihren Maßnahmen Ergebnisse vorweisen kann, wird sich die Debatte über die EU vertiefen und ausweiten. Die Gewährleistung, dass nur sichere Chemikalien in europäischen Produkten eingesetzt werden; die Öffnung der Dienstleistungsmärkte; die Verringerung der Hemmnisse für grenzüberschreitende Zahlungen; die Verbesserung der Verbraucherrechte; die Erhöhung der Flugsicherheit; die Förderung von Qualität und Sicherheit der Lebensmittel; Schutz von Landschaft und Umwelt; die Einigung über eine integrierte Klima- und Energiepolitik; grenzüberschreitende polizeiliche Zusammenarbeit; Verringerung der Kosten für Mobiltelefongespräche im Ausland: all diese Themen waren Gegenstand europäischer Entscheidungen, begleitet von oft hitzigen Debatten. Solche Debatten müssen gefördert werden, und sie sind nur möglich, wenn der politische Prozess als relevant wahrgenommen wird und offensichtlich einen Mehrwert gegenüber dem Rechtssetzungsprozess in den Mitgliedstaaten aufweist.

3.1 Politische Dimension

Das Niveau der Beteiligung und das Ausmaß, in dem die Wahlen zum Europäischen Parlament um Themen der EU-Politik ausgefochten werden, bilden zusammen ein Maß dafür, inwieweit die Schaffung einer europäischen Öffentlichkeit eine Herausforderung ist. Politische Parteien im nationalen und europäischen Umfeld und die gewählten Vertreter, die unterschiedlichen politischen Familien angehören, sind in einer idealen Position, um in nationalen Debatten europäische Themen anzusprechen und zu europaweiten öffentlichen Debatten beizutragen. Es ist gerade die konfliktreiche und oft polarisierte Art des Austauschs zwischen den politischen Parteien, die Interesse und den Wunsch nach mehr Informationen über den Diskussionsgegenstand auslöst. In den letzten Jahren gab es eine Reihe prominenter Beispiele öffentlichen Interesses an europäischen Politikthemen, die durch parteipolitische und wahlkampfbezogene Differenzen zu solchen Themen ausgelöst wurden²⁵.

Die Kommission ist entschlossen, Bemühungen um eine verstärkte Wahlbeteiligung bei den nächsten Wahlen zum Europäischen Parlament zu unterstützen. Die neuen Projekte zur Zivilgesellschaft im Rahmen des Plans D werden zum Teil ebenfalls darauf abzielen. Außerdem hat die Kommission im Juni 2007 einen Vorschlag zur Überarbeitung der geltenden Verordnung über die Regelungen für die politischen Parteien auf europäischer Ebene und ihre Finanzierung²⁶ verabschiedet; damit soll die Einrichtung europäischer politischer Stiftungen ermöglicht werden. Auch dies wird zur Stärkung einer sachlich fundierten und offenen Debatte über europäische Themen und zur Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit beitragen.

Außerdem wird die Kommission sich bemühen, das Kommunikationspotenzial in ihren Beziehungen zu den nationalen Parlamenten optimal auszuschöpfen. Auf Vorschlag des Europäischen Parlaments arbeitet die Kommission an der Schaffung von Pilot-Informationsnetzen (PIN), einem Verbund von internetbasierten Diskussionsforen zwischen Mitgliedern des Europäischen Parlaments, Mitgliedern der nationalen Parlamente, Journalisten und anderen Meinungsführern, ergänzt durch Treffen in der gesamten EU. PIN werden einen wesentlichen Beitrag zur Einbringung europäischer Debatten in die nationalen Parlamente leisten. Sie werden auch die Debatte zwischen nationalen Abgeordneten zu

²⁵ Beispiele: Verfassung, Erweiterung und Vorschläge für den Wirtschaftssektor, etwa die Dienstleistungsrichtlinie.

²⁶ KOM(2007) 364 endgültig.

europäischen Themen fördern und die eigenen elektronischen Informationsaustauschsysteme der nationalen Parlamente unterstützen.

3.2 Medien und Informationsdienste

Die Kommission wird bis Ende des Jahres konkrete Vorschläge vorlegen, um besser auf die Herausforderungen durch neue Medientechnologien reagieren zu können²⁷. Audiovisuelle Medien sind nach wie vor die bevorzugte Informationsquelle zu europäischen Themen. *Wenn wichtige Entscheidungen zu europäischen Themen anliegen, präsentieren Fernsehen und Rundfunk diese im Rahmen von Nachrichten und Diskussionen. Im Rahmen von Informationskampagnen zu spezifischen EU-Politikthemen werden in Fernsehen und Rundfunk zudem Werbespots geschaltet.* Dennoch – Studien zeigen²⁸, und zwei Drittel der Europäer glauben weiterhin, dass die Informationen der nationalen Medien zu Europa unzureichend sind.

Die Kommission wird zu einer umfassenderen und nachhaltigeren Berichterstattung über EU-Themen über die bestehenden audiovisuellen Kanäle beitragen und die Sender auf europäischer Ebene zur Vernetzung ermutigen. Die Konsultation zum Weißbuch zeigt in der Tat, dass die Befragten es nachhaltig befürworten, wenn die Kommission audiovisuelles Informations-, Bildungs- und Unterhaltungsmaterial zu europäischen Themen im Rahmen öffentlicher Aufgaben in allen EU-Mitgliedstaaten bereitstellt. Solche Aufgaben müssten in einer Weise ausgeführt werden, die die redaktionelle Unabhängigkeit der Sender uneingeschränkt wahrt.

Die aktuelle Politik der Kofinanzierung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen hat zahlreiche Sender ermutigt, Sendungen zur EU-Themen zu schaffen. Zur Steigerung der Wirksamkeit wird die Kommission Sendernetzen in Europa mehrjährige Verträge anbieten. Mit Hilfe gemeinsamer Programmformate werden diese Netze in Übereinstimmung mit eigenen Redaktionsnormen und völlig unabhängig Programme zu EU-Themen produzieren und ausstrahlen. Die Verträge werden eine verbindliche Redaktionscharta enthalten, die die redaktionelle Freiheit des Betreibers garantiert.

Europe by Satellite (EbS), der Kommissionsdienst für die audiovisuelle Berichterstattung zu EU-Themen, wird ebenfalls seinen Beitrag leisten und die Ausführung der oben beschriebenen öffentlichen Aufgaben unterstützen. Die Nachfrage nach Sendezeit auf EbS hat den Sättigungspunkt erreicht, die Live-Berichterstattung über Ereignisse wie Plenar- und Ausschusssitzungen des Europäischen Parlaments gerät in Konflikt mit der Übertragung von Informationspaketen für Journalisten und Pressekonferenzen. Die Kommission wird den anderen EU-Organen daher vorschlagen, die Übertragungskapazität von EbS zu verdoppeln, um über mehr EU-Ereignisse berichten zu können.

Wichtigstes Medium für die gleichzeitige Vermittlung von Text, Audio- und Bildmaterial – mit der zusätzlichen Möglichkeit von Rückmeldungen und Diskussionsbeiträgen der Benutzer – ist das Internet. In der grenzüberschreitenden Debatte ist es bereits das führende Medium. Die Überarbeitung des Portals EUROPA, eines der größten weltweit, wird zu verstärkter

²⁷ Die in diesem Abschnitt präsentierten Vorschläge folgen den Empfehlungen der Stakeholder-Konferenz „Europe in Vision“, die am 4./5. Dezember 2006 in Helsinki stattfand.

²⁸ L'information relative à l'Europe et la télévision, Etude qualitative auprès de téléspectateurs dans les 27 Etats-Membres de l'Union Européenne (Informationen über Europa und das Fernsehen, qualitative Studie über Fernsehzuschauer in den 27 EU-Mitgliedstaaten), Europäische Kommission, April 2007.

Interaktivität sowie Verbesserungen bei Navigation und Suchfunktionen führen²⁹. Webinhalte sollen zugänglicher und benutzerfreundlicher organisiert werden, gleichzeitig soll mehr Bild-, Video- und Audiomaterial bereitgestellt werden. So wird EUROPA ein wichtiger europäischer Referenzpunkt für Informationen zu EU-Fragen bleiben, der die Websites nationaler Regierungen ergänzt. Vorschläge zur Weiterentwicklung des Portals EUROPA werden sich auf eine 2007 durchgeführte Benutzerumfrage stützen.

Außerdem muss die EU ihre Webpräsenz auch außerhalb des Portals EUROPA verstärken. Die Kommission möchte den **Aufbau eines Netzes aus Websites der Zivilgesellschaft sowie des privaten und öffentlichen Sektors unterstützen**, die den Kontakt mit oder zwischen den europäischen Bürgern fördern, und Websites unterstützen, die sich besonders europäischen Themen widmen und die Debatte über EU-Politikfragen beleben. Die Kommission selbst sollte ebenfalls mehr durch Interviews und Teilnahme an Diskussionen auf anderen Sites in Erscheinung treten. Alle diese Entwicklungen werden detailliert in den Papieren zum Internet und zur audiovisuellen Strategie erörtert, die die Kommission Ende 2007 bzw. Anfang 2008 vorlegen wird.

Papierveröffentlichungen werden auch weiterhin eine Rolle in der EU-Kommunikation spielen. Trotz der zunehmenden Dominanz des Internets hat sich die Nachfrage nach Papierpublikationen noch erhöht. Daher ist es wesentlich, eine medienübergreifende Publikationspolitik zu erarbeiten, die Veröffentlichungen auf Papier, im Web und in audiovisuellen Formaten kombiniert, unter Einsatz der neuesten Kommunikationstechnologien³⁰.

3.3 Die öffentliche Meinung in Europa verstehen

Die Erfassung der öffentlichen Meinung ist ein zentrales Element; es geht darum, den Europäern zuzuhören, zu erfahren, was sie von der EU halten und erwarten. **Eurobarometer**-Erhebungen helfen bei der Analyse der öffentlichen Erwartung auf verschiedenen Politikfeldern, bei der Bewertung der Auswirkungen politischer Maßnahmen und der Identifizierung öffentlicher Besorgnisse und Wahrnehmungen; Ziel ist die Verbesserung der politischen Prozesse und ihrer Darstellung.

Die Kommission wird als Reaktion auf die Konsultation im Rahmen des Weißbuchs³¹ die Methoden für das Eurobarometer überarbeiten, um ihre Fähigkeit zu verbessern, die öffentliche Meinung zu hören und darauf zu reagieren. Ziel ist es, Erhebungen strategischer in bestimmten Phasen des politischen Prozesses einzusetzen, etwa bei der Formulierung politischer Konzepte, bei Folgenabschätzungen sowie Ausarbeitung und Bewertung von Kommunikationsmaßnahmen.

Zu den konkreten Verbesserungen soll ein umfassenderer Einsatz qualitativer Analyseinstrumente gehören, unter anderem durch Nutzung der innovativen Methoden einiger

²⁹ Die Generaldirektion Informatik hat eine Studie durchgeführt, um Empfehlungen für eine unternehmensweite Such- und Retrieval-Strategie in der Kommission formulieren zu können.

³⁰ Federführend im Bereich der Veröffentlichungen – offline und online – ist das Amt für Veröffentlichungen, das von einem interinstitutionellen Verwaltungsrat gelenkt wird. Das Amt für Veröffentlichungen verwaltet den EU-Bookshop, die zentrale Anlaufstelle für Bürger, die EU-Veröffentlichungen jeglicher Art suchen.

³¹ Entsprechend den auf der Konferenz „Understanding European public opinion“ (Madrid, 27. Oktober 2006) ausgearbeiteten Vorschlägen.

Plan-D-Projekte, außerdem eine Kombination der Analyse quantitativer und qualitativer Daten, um ein umfassenderes Bild der öffentlichen Erwartungen zu erhalten. Gezielte Methoden zur Erforschung der öffentlichen Meinung werden umfassender eingesetzt, um die Wirkungen von Kommunikationsmaßnahmen zu messen. Die Analyse der Forschungsergebnisse wird verbessert durch kürzere Reaktionszeiten, mehr Gewicht auf der tatsächlichen Nutzung der Ergebnisse und die Berücksichtigung auch der regionalen und lokalen Ebene. Die bedarfsorientierte Sekundäranalyse verfügbarer Daten als Antwort auf gezielte Anfrage wird ausgebaut. Die Ergebnisse werden schneller und weiter verbreitet. Es wird ein Netz nationaler Experten mit konsultativer Funktion für den Austausch bewährter Verfahren, die Förderung von Synergien und die Beratung zu methodischen Fragen eingerichtet.

Das Europe-Direct-Kontaktzentrum³² ist ein Informationsdienst für Bürger, das kostenlos Fragen in sämtlichen EU-Amtssprachen beantwortet. Es wird als Hauptanlaufpunkt für Bürger gefördert, die Informationen zur EU suchen, und seine Kapazität zur Beantwortung von Anfragen an die einschlägigen Kommissionsdienststellen und andere EU-Institutionen soll ausgebaut werden.

Die Konsultation ist ein notwendiges und nützliches Instrument zum Abgleich von Vorschlägen mit der Realität. Aber sie wird nur wirksam funktionieren, wenn sie möglichst umfassend und integrativ stattfindet. Seit der Verabschiedung von Mindeststandards für die Konsultation³³ hat die Kommission Betroffene und EU-Bürger zu einer Vielzahl politischer Initiativen konsultiert. Die Standard-Website für Konsultationen via Internet, „Ihre Stimme in Europa“ (europa.eu/yourvoice), hilft, den Konsultationsprozesses klarer zu gestalten und eine einheitliche Anwendung der Standards in den Dienststellen zu fördern. Um mehr Rückmeldungen, größeren Pluralismus und mehr Integration in Bezug auf die von den Betroffenen auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene in dieser frühen Phase der Politikentwicklung ausgedrückten Ansichten und Interessen zu erreichen, wird die jüngst eingeführte Praxis, die Vertretungen an der Bekanntmachung von Konsultationen in den Mitgliedstaaten zu beteiligen, noch ausgebaut. Die Vertretungen werden beispielsweise frühzeitig Kontakte und Treffen mit den Betroffenen organisieren, um sie zur Beteiligung an Konsultationen zu motivieren, die mit Kommunikationsprioritäten verbunden sind.

4. STÄRKUNG DES PARTNERSCHAFTLICHEN ANSATZES

Die EU-Institutionen und andere Einrichtungen sowie die Mitgliedstaaten, außerdem Regional- und Kommunalbehörden in ganz Europa kommunizieren zu Fragen der europäischen Politik in unterschiedlicher Weise und Intensität. Alle unmittelbar an Entscheidungsprozessen auf europäischer Ebene Beteiligten sind in der Pflicht, zu informieren und zu erläutern. Sie müssen dabei alle autonom bleiben und ihr Vorrecht wahren, auf jeweils eigene Weise zu kommunizieren, andererseits bestehen zahlreiche Möglichkeiten einer Zusammenarbeit als Partner bei der Förderung der Debatte über Europa. Bislang waren Versuche, gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen zu organisieren, eher vereinzelt und begrenzt, und dabei hat sich gezeigt, dass es notwendig ist, sich auf gemeinsame Themen und eine wirksamere Zusammenarbeit zu einigen. Die Konsultation zum Weißbuch hat klar ergeben, dass ein Bedarf für eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den

³² Mit Sitz in Brüssel.

³³ KOM(2002) 704 endgültig.

Organen und anderen Einrichtungen der EU und den Mitgliedstaaten bei der Kommunikation über Europa besteht. Die Kommission wird sich daher bemühen, Partnerschaften auf allen Ebenen auf der Grundlage gemeinsam ausgewählter EU-Kommunikationsprioritäten zu stärken, indem sie eine interinstitutionelle Vereinbarung vorschlägt (IIA).

4.1 Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten

Aufgabe der nationalen Regierungen ist es, den Kurs der europäischen Politik im Rat festzulegen und den Bürgern ihre Mandate und politischen Konzepte zu vermitteln. Wie Umfragen zeigen, erwarten die Bürger von ihren nationalen Regierungen, darüber informiert zu werden, was die EU für sie tut und wie sich dies auf ihr tägliches Leben auswirkt. Mehr als zwei Drittel der Bürger Europas ziehen es vor, nationale Dienste in Anspruch zu nehmen, um sich über auf EU-Ebene entschiedenen Fragen zu informieren.

Die Kommission kann jedoch allen interessierten Mitgliedstaaten wertvolle Hilfe leisten. Die Kommission schlägt eine Stärkung der Beziehungen zu den Mitgliedstaaten durch regelmäßige Treffen mit den jeweiligen „nationalen Direktoren für Kommunikation“ vor, um wesentliche Kommunikationsprioritäten festzulegen, die Überwachung des Kommunikationsprozesses sicherzustellen und für einen Informationsaustausch zu Kommunikationsmaßnahmen zu sorgen³⁴. Die Kommission möchte auch Verwaltungspartnerschaften mit interessierten Mitgliedstaaten ausarbeiten. Damit soll die Zusammenarbeit zwischen Kommission, Parlament und Mitgliedstaaten im individuellen Zuschnitt gestaltet werden; das Verfahren hat sich in Deutschland bewährt. Weitere Partnerschaften wurden mit Ungarn und Slowenien ausgehandelt, und mit einigen Mitgliedstaaten, die einen formellen Antrag gestellt haben, laufen Verhandlungen³⁵. Diese Partnerschaften könnten als Instrument zur Durchführung gemeinsamer Maßnahmen zu ausgewählten Kommunikationsprioritäten auf zentraler, regionaler und lokaler Ebene dienen.

Verwaltungspartnerschaften fördern die Koordination von Kommunikationsmaßnahmen zu ausgewählten Prioritäten auf der Grundlage gemeinsamer Kommunikationspläne³⁶. Diese Pläne werden auf politischer Ebene zwischen Kommission, Europäischem Parlament und den für Kommunikationsfragen zuständigen Behörden des jeweiligen Mitgliedstaats ausgehandelt. Dadurch sind Kommunikationsmaßnahmen nach dem gemeinsamen Kommunikationsplan politisch integrativ und stellen bei der Diskussion über europäische Themen die Darstellung unterschiedlicher Standpunkte sicher. Dementsprechend trägt diese Kooperation dazu bei, die Kommunikation an die lokalen Gegebenheiten anzupassen und mit der nationalen politischen Agenda (Wahlen, große nationale Ereignisse, spezifische Interessen) zu verknüpfen. Die Umsetzung der Verwaltungspartnerschaften liegt in der gemeinsamen Verantwortung der Kommission und der entsprechenden Behörden der Mitgliedstaaten. Während die Kommission Mittel bereitstellt, fallen Humanressourcen und Infrastruktur in die Verantwortung der Mitgliedstaaten³⁷.

³⁴ Das bestehende Netz zwischen Mitgliedstaaten und EU-Organen (EU-Infonet) soll zu diesem Zweck ausgebaut werden.

³⁵ Österreich, Belgien, Frankreich, Italien, Lettland, Portugal und Polen.

³⁶ Die Kommission kann den Mitgliedstaaten auch alternative Partnerschaftsmodelle anbieten (KOM(2004) 196).

³⁷ Verwaltungspartnerschaften hindern die Kommission nicht daran, andere Formen der Kommunikationspartnerschaft, etwa strategische Partnerschaften oder Ad-hoc-Vereinbarungen, fortzusetzen oder neu einzurichten. Es handelt sich hier um flexible Instrumente, die ihren Wert in

Ein gutes Beispiel ist die aktuelle Verwaltungspartnerschaft mit der deutschen Bundesregierung. Sie wird als wertvolles Instrument zur Umsetzung von Ideen gesehen, die der Mitgliedstaat und die europäischen Institutionen teilen. Seit 2005 lief ein Dutzend größerer Maßnahmen, und es hat sich gezeigt, wie eine enge Kooperation dieser Art erfolgreich sein kann³⁸.

Regionale und lokale Behörden können, individuell oder in Zusammenschlüssen, eine wesentliche Rolle bei der Förderung der Kommunikation zu Europa spielen. Die Kommunikation muss darauf abgestimmt werden, die lokale Relevanz von EU-Entscheidungen und –Maßnahmen aufzuzeigen³⁹. In Zusammenarbeit mit dem Ausschuss der Regionen wird die Kommission sicherstellen, dass diesen Behörden relevante Informationen zur Verfügung stehen und geeignete Mechanismen geschaffen werden, um ihre Ideen und Anregungen zur Verbesserung der Kommunikation zu Europa auf lokaler und regionaler Ebene zu erfassen. Regionale und lokale Aktionen könnten auch in Verwaltungspartnerschaften integriert werden, parallel zu laufenden Aktivitäten auf der Grundlage strategischer Partnerschaften (getrennte, komplementäre Finanzierung von Projekten). Neben der Arbeit von Vertretungen, Europe-Direct-Informationsstellen und EU-Agenturen in diesem Bereich⁴⁰ wird die Kommission engere Verbindungen zu den Kooperationswilligen unter den 250 Büros der regionalen und lokalen Behörden in Brüssel aufnehmen.

4.2 Zusammenarbeit mit den Europäischen Institutionen

Die Interinstitutionelle Gruppe „Information“ (IGI) ist die derzeitige politische Struktur für die Festlegung der EU-Kommunikationsstrategie und die Auswahl gemeinsamer Kommunikationsprioritäten für die EU-Institutionen und Mitgliedstaaten. Den Vorsitz führen gemeinsam das Europäische Parlament, die Kommission und der Ratsvorsitz. Politischer Status und Legitimität der Gruppe müssen jedoch gestärkt und ausgeweitet werden, damit sie frühzeitig genug wirksamere Beratung zu den EU-Kommunikationsprioritäten leisten kann, um Synergieeffekte zwischen den Kommunikationsplänen der EU-Institutionen und der Mitgliedstaaten zu erzielen. Die Entscheidungen der IGI bedürfen einer umfassenden und kohärenten Bewertung sowohl auf politischer als auch auf administrativer Ebene. Mit Unterstützung durch den Ratsvorsitz wird die Gruppe „Information“ des Rates den Kommunikationsprozess überwachen.

Sowohl der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss als auch der Ausschuss der Regionen sind als Beobachter im IGI vertreten. Die Zusammenarbeit mit ihnen wird zudem dadurch gestärkt, dass den bestehenden Protokollen über Kooperationsarrangements

spezifischen Bereichen unter Beweis gestellt haben, etwa bei der Kommunikation anlässlich der Einführung des Euro.

³⁸ Die nationale Informationstour „Europa wird 50 – 50 Städte feiern“ durch über 50 große deutsche Städte und die „Fortbildungsseminare für Redakteure von Hochschulmagazinen“, die die Berichterstattung über EU-Themen in Hochschulmagazinen fördern sollen, sind nur zwei Beispiele erfolgreicher Projekte im Rahmen von Verwaltungspartnerschaften.

³⁹ Die Erfahrungen, die in Schottland mit dem regionalen Beratungsgremium für die Nordsee gesammelt wurden, das der unmittelbaren Konsultation der direkt von der Fischereipolitik betroffene Bevölkerungsgruppen dient, wie auch die Ergebnisse der anderen regionalen Beratungsgremien, die im Rahmen der Gemeinsamen Fischereipolitik eingerichtet wurden, zeigt, dass die Bürger an Themen interessiert sind, die sich unmittelbar auf ihr Leben auswirken.

⁴⁰ Zum Beispiel das EU-weite Netzwerk zur Unterstützung der Unternehmen, das Anfang 2008 eingerichtet wird.

Nachträge zur Informationspolitik hinzugefügt werden. Diese Nachträge machen den politischen Willen der Kommission und der beiden Ausschüsse deutlich, eine langfristige Partnerschaft aufzubauen und gemeinsam an der Entwicklung einer dezentralisierten Information und Kommunikation mit den Bürgern Europas zu arbeiten. Die Kooperation wird auf klar definierten Kommunikationsprioritäten für die dezentralisierte Umsetzung auf regionaler und lokaler Ebene basieren.

4.3 Interinstitutionelle Vereinbarung zur Kommunikation

Um einen angemessenen Rahmen für eine bessere Kooperation im EU-Kommunikationsprozess zu bieten und gleichzeitig die Autonomie der EU-Institutionen und der Mitgliedstaaten zu respektieren, schlägt die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat eine Interinstitutionelle Vereinbarung vor. Alle anderen EU-Institutionen und – Stellen werden aufgefordert, die Kommission, das Europäische Parlament und den Rat dabei zu unterstützen. Ziele einer solchen Interinstitutionellen Vereinbarung sind eine Konvergenz der Standpunkte zu den wichtigsten Kommunikationsprioritäten der Europäischen Union insgesamt; die Identifizierung des Mehrwerts eines EU-Ansatzes für die Kommunikation zu spezifischen prioritären Themen; die Entwicklung von Synergieeffekten in Bezug auf die Ressourcennutzung der einzelnen Institution; Maßnahmen im Hinblick auf diese Prioritäten sowie die Ermutigung der Mitgliedstaaten zur Kooperation. Dies soll die EU-Institutionen jedoch nicht davon abhalten, eigene, spezifische Kommunikationsaktivitäten zu betreiben, die ihrer jeweiligen Rolle und der ihrer Interessengruppen gerecht werden.

Die Kommission erkennt die Rolle der Mitgliedstaaten bei der Kommunikation über Europa auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene – in der/den jeweiligen Amtssprache(n) – an. Die Interinstitutionelle Vereinbarung wird das politische Engagement der EU-Institutionen und der Mitgliedstaaten hinsichtlich ihrer Verantwortung für die Information und Kommunikation mit den Bürgern zu EU-Fragen festschreiben. Außerdem wird diese politische Vereinbarung die allgemeinen Grundsätze und Rechte hervorheben, die bei der Kommunikation über Europa berücksichtigt werden müssen, und sie wird die Modalitäten der Kooperation zwischen den Beteiligten festlegen und eine ordnungsgemäße Überwachung und politische Rechenschaftspflicht gewährleisten. Die Grundsätze Integration, Pluralismus und Partizipation bilden die Grundlage für alle Maßnahmen zur Kommunikation über Europa. Die Vereinbarung wird einen gemeinsamen jährlichen Arbeitsplan zu ausgewählten EU-Kommunikationsprioritäten sicherstellen, der – auf der Grundlage von Diskussionen über die in der APS präsentierten Kommunikationsprioritäten – von der Kommission ausgearbeitet und den anderen EU-Institutionen und Beratungsgremien vorgelegt wird.

5. FAZIT

Die Kommission wird alle ihre Ressourcen in kohärenter Weise nutzen, um wirksame integrierte Kommunikationsmaßnahmen durchzuführen.

Insbesondere schlägt die Kommission vor:

- eine Interinstitutionelle Vereinbarung, die einen Rahmen für eine bessere Zusammenarbeit im EU-Kommunikationsprozess bietet, gleichzeitig aber die Autonomie der EU-Institutionen und der Mitgliedstaaten wahrt;

- freiwillige Verwaltungspartnerschaften mit den Mitgliedstaaten als Hauptinstrument für gemeinsame Kommunikationsinitiativen;
- Aufbau eines Netzes Europäischer öffentlicher Räume in den Vertretungen;
- Identifizierung der Aspekte der Schulbildung, bei denen gemeinsame Aktionen auf EU-Ebene die Mitgliedstaaten unterstützen können;
- Stärkung der Eurobarometer;
- Umsetzung der Pilot-Informationsnetze (PIN) zur Verbesserung der Kommunikation zwischen europäischen und nationalen Politikern, Journalisten und anderen Meinungsführern.

Die Kommission wird darüber hinaus in den kommenden Monaten:

- eine neue Internet-Strategie zur Unterstützung von Netzen der Zivilgesellschaft und EU-fokussierten privaten und öffentlichen Websites, die Kontakte mit oder zwischen den Bürgern Europas fördern, verabschieden;
- eine neue audiovisuelle Strategie zur Unterstützung von europaweiten Netzen von Rundfunksendern im Hinblick auf die Produktion und Ausstrahlung von Programmen zu EU-Themen verabschieden;
- eine Folgemitteilung zum Plan D erstellen sowie eine neue Runde von Projekten zur Zivilgesellschaft im Rahmen des Plans D einleiten, mit dem Hauptziel, die Ratifizierung des Reformvertrags zu unterstützen und die Wahlbeteiligung bei den Wahlen zum Europäischen Parlament 2009 zu steigern;
- die Möglichkeit der Konsolidierung und Ausweitung der jüngsten erfolgreichen Erfahrungen durch Stärkung der Arbeit der Vertretungen prüfen.

Finanzbogen – Auswirkungen auf den Haushalt

POLITIKBEREICH: TITEL 16 – KOMMUNIKATION

TÄTIGKEIT(EN): ALLE TÄTIGKEITEN DES POLITIKBEREICHS

MITTEILUNG „PARTNERSCHAFT FÜR DIE KOMMUNIKATION ÜBER EUROPA“

1. HAUSHALTSLINIEN (NOMENKLATUR HVE 2008)

1.1. Operative Linien

16 02 02	Multimedia-Aktionen
16 02 03	Informationen für die Medien
16 02 04	Betrieb der Hörfunk- und Fernsehstudios und Geräte für audiovisuelle Produktionen
16 03 01	Informationsrelais
16 03 02	Aktionen vor Ort
16 03 04	Spezifische Aktionen zu prioritären Themen, einschließlich des Programms Prince
16 03 06	Pilotprojekt „Informationsnetzwerke“ (PIN)
16 04 01	Analyse der öffentlichen Meinung
16 04 02	Online-Informationen und Kommunikationsmittel
16 04 03	Gezielte schriftliche Veröffentlichungen

1.2. Technische und administrative Unterstützung

16 01 04 01	Kommunikationsmaßnahmen - Verwaltungsausgaben
-------------	---

2. RECHTSGRUNDLAGE

Maßnahmen aufgrund der institutionellen Befugnisse der Kommission gemäß Artikel 49 Absatz 6 der Verordnung (EG, Euratom) Nr. 1605/2002 des Rates vom 25. Juni 2002 über die Haushaltsordnung für den Gesamthaushaltsplan der Europäischen Gemeinschaften (ABl. L 248 vom 16.9.2002, S. 1), geändert durch die Verordnung (EG, Euratom) Nr. 1995/2006 (ABl. L 390 vom 30.12.2006, S. 1).

3. HAUSHALTSTECHNISCHE MERKMALE

Haushaltslinie	Ausgabenart	Neu	EFTA-Beitrag	Beteiligung von Beitrittsländern	Rubrik des Finanzrahmens
----------------	-------------	-----	--------------	----------------------------------	--------------------------

16 01 04 01 Kommunikationsmaßnahmen - Verwaltungsausgaben	NOA	NGM	NEIN	NEIN	NEIN	Nr. [3b]
16 02 04 Betrieb der Hörfunk- und Fernsehstudios und Geräte für audiovisuelle Produktionen	NOA	GM	NEIN	NEIN	NEIN	Nr. [5]
16 02 02 bis 16 04 04 Operative Haushaltslinien der GD COMM	NOA	GM	NEIN	NEIN	NEIN	Nr. [3b]

4. VORRAUSSICHTLICHE FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN NACH HAUPTZIELEN UND -ERGEBNISSEN

In Bezug auf die Ressourcen bleiben die Auswirkungen dieser Mitteilung im Rahmen der mehrjährigen Finanzplanung (siehe SEK(2007 500)).

3.1. Zusammenfassung der finanziellen Ressourcen

Siehe Anhang, Tabelle 1.

3.2 Detaillierte Angaben zu den voraussichtlichen finanziellen Auswirkungen der Hauptmaßnahmen

Siehe Anhang, Tabelle 2.

5. VERWALTUNGS-AUSGABEN – BESONDERE ERFORDERNISSE

Die notwendigen Personal- und Verwaltungsressourcen werden durch Mittel abgedeckt, die der zuständigen GD im Rahmen des jährlichen Zuweisungsverfahrens bewilligt werden.

Das Pilotprojekt, in dessen Rahmen elf der Vertretungen der Kommission in den Mitgliedstaaten und vier der Regionalbüros zusätzliches Personal für die Kommunikation erhielten, hat eine deutliche Steigerung von Zahl und Qualität ihrer Aktivitäten zur Förderung der europäischen Debatte im Rahmen der jeweiligen nationalen Politik ermöglicht. Die Kommission will jedoch generell auf positiven Erfahrungen aufbauen und wird die Bewertungsergebnisse für alle derzeit laufenden Kommunikationsaktivitäten prüfen, einschließlich des Mehrwerts der Pilotvertretungen und der Frage ihrer möglichen Ausweitung in den kommenden Jahren.

ANHANG

TABELLE 1

Linie	Bezeichnung	HAUSHALT 2007	HVE 2008	Finanzplanung					
				2009	2010	2011	2012	□ 2013	
16 01	Verwaltungsausgaben des Politikbereichs "Kommunikation"	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306	
16 01 04 01	Kommunikationsmaßnahmen - Verwaltungsausgaben	3.865	3.600	3.987	4.065	4.145	4.225	4.306	
16 02	Kommunikation und Medien	27.720	30.882	32.380	32.881	33.390	33.902	34.420	
16 02 02	Multimedia-Aktionen	18.750	20.700	21.380	21.800	22.227	22.657	23.091	
16 02 03	Informationen für die Medien	3.370	3.970	4.100	4.181	4.263	4.345	4.429	
16 02 04	Betrieb der Hörfunk- und Fernsehstudios und Geräte für audiovisuelle Produktionen	5.600	6.212	6.900	6.900	6.900	6.900	6.900	
16 03	Bürgernahe Kommunikation	39.514	38.530	39.555	40.314	41.085	41.859	42.642	
16 03 01	Informationsrelais	16.753	15.300	15.802	16.113	16.429	16.746	17.067	
16 03 02	Aktionen vor Ort	8.393	10.400	10.502	10.689	10.879	11.070	11.263	
16 03 04	Spezifische Aktionen zu prioritären Themen, einschließlich des Programms PRINCE	7.868	12.830	13.251	13.512	13.777	14.043	14.312	
16 03 05	EuroGlobe	1.500							
16 03 06	Pilotprojekt "Informationsnetzwerke" (PIN)	5.000							
16 04	Analyse und Kommunikationsmittel	21.830	21.830	21.546	21.990	22.441	22.894	23.352	
16 04 01	Analyse der öffentlichen Meinung	5.600	5.800	5.990	6.108	6.228	6.348	6.470	
16 04 02	Online-Informationen und Kommunikationsmittel	10.180	10.880	11.237	11.458	11.683	11.909	12.137	
16 04 03	Gezielte schriftliche Veröffentlichungen	6.050	5.150	4.319	4.424	4.530	4.637	4.745	
16	Kommunikation (Rubrik 3b)	87.328	88.630	90.568	92.350	94.161	95.980	97.820	

TABELLE 2 (SEITE 1 VON 2)

Verpflichtungsermächtigungen in Millionen EUR (auf 3 Dezimalstellen)																		
Bezeichnungen der Ziele, Aktionskategorien und Ergebnisse	Neues Ergebnis oder bestehendes Haushaltslinie oder Personal	Art der Ausgaben	Durchschn. Kosten	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		
				Zahl der Ergebnisse	Gesamtkosten	Zahl der Ergebnisse	Gesamtkosten	Zahl der Ergebnisse	Gesamtkosten	Zahl der Ergebnisse	Gesamtkosten	Zahl der Ergebnisse	Gesamtkosten	Zahl der Ergebnisse	Gesamtkosten	Zahl der Ergebnisse	Insgesamt	
OPERATIVES ZIEL Nr. 1 DIE ROLLE DER BÜRGER STÄRKEN																		
Für Plan D : 2007 wird ein Betrag von 2,1 Mio. I bereitgestellt, im HVE 2008 sind unter Haushaltslinie 16 03 04 für "spezifische Maßnahmen zu prioritären Themen" 3 Mio. I (für die dritte Runde) vorgesehen.																		
Aktionskategorie 1: LOKAL HANDELN																		
Ergebnis 1: Pilot-Vertretungen	Fortsetzung	16 03 02	zusätzliche lokale Maßnahmen	0.040	11	0.440	15	0.600	20	0.800	25	1.000	27	1.080	27	1.080	27	1.080
Ergebnis 2: Europe-Direct- Informationsstellen	Ausweitung (hauptsächlich ab 2009)	16 03 01	neue Finanzhilfen für Informationsstellen ab 2009	zusätzlich 0,025 pro Stelle			30 neue Stellen in RO/BU	pm	Neue Aufforderung, erhöhte Finanzhilfen, "490 Stellen	1.470	1.470	1.470	1.470	1.470	1.470	1.470	1.470	
Ergebnis 3: Besuche von Kommissaren in den Regionen	fortlaufend	16 03 02	Unterstützung der Organisation von Treffen mit regionalen Medien	0.003	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081	27	0.081
Ergebnis 4: Seminare für Journalisten	Fortsetzung	16 02 03	zusätzliche Seminare	0.020	6	0.120	6	0.120	10	0.200	10	0.200	15	0.300	18	0.360	18	0.360
Ergebnis 5: Netz Europäischer öffentlicher Räume	neu ab 2007/2008	16 03 02	Ausstattung neuer Räume + Veranstaltungen (mit Mittelübertragung)	0.050	3	0.150	3	0.150	20	1.000	27	1.350	27	1.350	27	1.350	27	1.350
Aktionskategorie 2: AKTIVEN EUROPÄISCHEN BÜRGERSINN FÖRDERN																		
Ergebnis 1: Besuche von Schulklassen und anderen Gruppen, organisiert von Vertretungen und Informationsstellen und Besuche von Kommissionsbeamten in ihren früheren Schulen	bestehend	160,302	spezifische lokale Aktionen (mit Ratsvorsitz)	0.040	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080	2	0.080

TABELLE 2 (SEITE 2 VON 2)

OPERATIVES ZIEL Nr. 2			SCHAFFUNG EINER EUROPÄISCHEN ÖFFENTLICHKEIT														
Aktionskategorie 1: POLITISCHE DIMENSION																	
Ergebnis 1: Pilotprojekt "Informationsnetzwerke"	ab 2007	16 03 06	Website für PIN	4.000	1	4.000											
			Sitzungen	0.100	10	1.000											
Aktionskategorie 2: MEDIEN UND INFORMATIONSTRUMENTE																	
Ergebnis 1: Programme zu EU-Themen, produziert und ausgestrahlt von Sendernetzen	fortlaufend	16 02 02	Hörfunk- und/oder Fernsehnetze	zwischen 5,5 und 8	1	5.500	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	1	8.000	8.000
Ergebnis 2: höhere Sendekapazität für EbS - vielfältigeres Material	neu	16 02 03	Videoproduktion					0.600		0.600		0.600		0.600		0.600	6.000
		16 02 04	technische Entwicklungen + neues EbS ab Ende 2002					0.612		1.300		1.300		1.300		1.300	1.300
Ergebnis 3: verbessertes Portal EUROPA	fortlaufend	16 04 02	neue "flexible Plattform"	0.300	1	0.300		pm									
	fortlaufend	16 04 02	Bewertung des Portals EUROPA	0.300	1	0.300		pm									
	fortlaufend	16 04 02	Finanzhilfen für Websites mit EU-Inhalten	0.010			20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	20	0.200	0.200
Aktionskategorie 3: ZUHÖREN UND ANTWORTEN																	
Ergebnis 1: Netz unabhängiger Experten für öffentliche Meinung	neu	16 01 04	Sitzungen mit 15 Experten	0.015	1	0.015	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	2	0.030	0.030
OPERATIVES ZIEL Nr. 3			STÄRKUNG DES PARTNERSCHAFTLICHEN ANSATZES														
Aktionskategorie 1: ZUSAMMENARBEIT MIT DEN MITGLIEDSTAATEN																	
Ergebnis 2: Partnerschaften mit Mitgliedstaaten	fortlaufend	16 03 04	Verwaltungs-partnerschaften (Mittel-umverteilung)	zwischen 0,1 und 0,7	4	1.400	10	3.950	15	5.250	20	7.000	24	8.400	27	9.450	9.450
GESAMTKOSTEN						15.786	17.423	19.011	21.311	22.891	24.001	29.401					