



Abschlussarbeiten am Institut für Europäische Studien (AIES-online)

Nr. 6

Die Informations- und Kommunikationspolitik der EU

von

Anne Pfeiffer

Dezember 2010



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ

Anne Pfeiffer ist Absolventin des Studiengangs Europa-Studien. Der hier vorliegende Text stellt die aktualisierte Fassung Ihrer Bachelorarbeit dar, die an der Professur Europäische Integration erarbeitet wurde.

Impressum

Herausgeber: Institut für Europäische Studien

Anschrift: TU Chemnitz, Institut für Europäische Studien, Thüringer Weg 9, 09126 Chemnitz

Erscheinungsort: Chemnitz

Inhalt

I. Einleitung.....	1
1. Einführung in das Thema.....	1
2. Begriffsdefinitionen.....	2
3. Struktur und Methode	4
4. Blickpunkt der wissenschaftlichen Forschung	5
II . Rechtliche Grundlagen der europäischen Informations- und Kommunikationspolitik ...	5
III. Die Organe der EU in ihrer Rolle als „Europa-Kommunikatoren“	7
1. Die Europäische Kommission	7
a) Die Generaldirektion „Kommunikation“	7
b) Der Pressedienst.....	8
c) Das Besucherprogramm	9
d) Die Vertretungen in den Mitgliedstaaten	10
e) Die Konsultationen der Europäischen Kommission	11
f) Die Europäische Kommission im Internet	12
2. Das Europäische Parlament	13
a) Die Generaldirektion „Kommunikation“	13
b) Der Pressedienst.....	14
c) Das Besucherprogramm	15
d) Die Bürgerpost.....	16
e) Die Informationsbüros.....	16
f) Öffentliche Anhörungen	17
g) Öffentliche Debatten	17
h) Das Europäische Parlament im Internet.....	18
3. Der Rat der Europäischen Union.....	19
a) Die Generaldirektion F „Presse, Kommunikation, Protokoll“	20
b) Der Pressedienst.....	21
c) Die Ratsgruppe „Information“	22
d) Der Rat im Internet.....	23
4. Die Interinstitutionelle Gruppe „Information“	24
5. Zwischenfazit	25

IV. Spezielle Einrichtungen und Instrumente zur Information und Kommunikation über die EU	27
1. Verbindungsnetze und Informationsrelais der EU.....	27
a) Das Europe Direct-Kontaktzentrum	27
b) Das Europe Direct-Informationsnetz.....	28
2. Die EUROPA-Website	29
3. Ihre Stimme in Europa.....	30
4. Debate Europe.....	32
5. EUTube	33
6. Zwischenfazit.....	34
V. Die informations- und kommunikationspolitische Strategiepapiere der Europäischen Kommission	35
1. Aktionsplan für eine verbesserte Kommunikationsarbeit der Kommission zu Europa.....	37
2. Der Beitrag der Kommission in der Zeit der Reflexion und danach: Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion.....	39
3. Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik.....	42
4. Partnerschaft für die Kommunikation über Europa.....	46
5. Europa vermitteln in Ton und Bild	49
6. Zwischenfazit.....	50
VI. Zusammenfassende Bewertung und Ausblick	52
VII. Literatur- und Quellenverzeichnis	55
1. Primärquellen	55
2. Sekundärquellen	57

I. Einleitung

1. Einführung in das Thema

Die Europäische Union (EU) ist politisch stärker und einflussreicher als je zuvor. In den letzten 50 Jahren wurden die Kompetenzen stetig ausgeweitet. Hinzu kommen die Erfolgserlebnisse der letzten Jahre. Die Europäische Union feierte 2007 die 50-Jahr-Feier der Römischen Verträge, im Juni 2009 fanden zum siebten Mal die Direktwahlen zum Europäischen Parlament statt und am 01. Dezember 2009 trat der Vertrag von Lissabon in Kraft. Diese drei Ereignisse markieren wichtige politische Höhepunkte in der jüngeren Geschichte der EU. Sie beeinflussen nicht nur das Handeln politischer Entscheidungsträger auf europäischer Ebene, sondern haben bis auf die lokale Ebene Auswirkungen. Trotzdem ist sich der Großteil der Europäer über die Bedeutung der EU in ihrem politischen, aber auch in ihrem alltäglichen Leben noch immer nicht bewusst. Die aktuelle Eurobarometer-Umfrage vom Herbst 2009 zeigt auf, dass die Europäer der europäischen Ebene einen geringeren Einfluss auf ihre Lebensbedingungen zuschreiben als der nationalen sowie regionalen bzw. lokalen Ebene.¹

Die entstandene Kluft zwischen der politischen Realität und dem politischen Bewusstsein der Bürger stellt zweifelsohne ein Risiko für die künftige Gestaltung Europas dar, da das „Projekt Europa“ ohne die Unterstützung seiner Bürger nicht gelingen kann. Die Kluft wird durch Unwissenheit der Unionsbürger über die EU genährt, die auf eine langjährige mangelhafte, zum Teil nicht vorhandene Informations- und Kommunikationspolitik seitens europäischer, aber auch nationaler politischer Entscheidungsträger zurückgeht. Die Informations- und Kommunikationspolitik der EU ist daher das Thema der vorliegenden Arbeit, die sich dabei auf die Entwicklungen der letzten Jahre konzentriert. Diesbezüglich stehen folgende Forschungsfragen im Mittelpunkt: Ist es auf Grund der Komplexität der EU überhaupt möglich eine gemeinsame Politik in diesem Bereich zu verfolgen? Gibt es eine gemeinsame Informations- und Kommunikationspolitik der EU? Daran schließt sich die Frage nach den Grenzen und den bisher ungenutzten Potenzialen der Politikgestaltung an.

¹ Vgl. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb72/eb72_en.htm: "Annexe of the full report – vol 1".

In Anbetracht der anfangs genannten Beispiele wird die Relevanz dieser Arbeit deutlich. Die EU hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem starken politischen Akteur entwickelt, der auf nationaler, europäischer sowie globaler Ebene am Politikgestaltungsprozess aktiv beteiligt ist. Die Befugnisse der EU-Organen konnten immer weiter ausgebaut und somit auch die politische Reichweite ihres Handelns vergrößert werden. Als jüngstes Beispiel für den wachsenden politischen Handlungsspielraum des Europäischen Parlaments (EP) dient seine Ablehnung des Swift-Abkommens über die Weitergabe von Bankdaten an die USA.² Die Unionsbürger bedürfen dieses Wissens, um verantwortungsbewusst entscheiden zu können, wen sie ins EP wählen und welche politischen Folgen sich daraus ableiten. Allgemein formuliert bedeutet das, dass nur informierte Bürger können über die künftige Gestaltung Europas mitreden und über ihre politischen Pflichten hinaus aktiv mitwirken. Dass die intensivere Einbeziehung der Bürger in den Politikgestaltungsprozess notwendig ist, zeigen sowohl die ablehnenden Referenden zum Vertrag von Maastricht 1992, zum Verfassungsvertrag der EU im Jahr 2005, als auch zum Vertrag von Lissabon 2008. Der europäischen Informations- und Kommunikationspolitik kommt somit eine grundlegende Rolle für den künftigen Politikgestaltungsprozess der EU zu.

2. Begriffsdefinitionen

Im Folgenden werden die grundlegenden Begriffe definiert, um eine erste inhaltliche Eingrenzung der Arbeit vorzunehmen. Die zwei grundlegenden Begriffe sind Informations- und Kommunikationspolitik. Beide Begriffe haben gemeinsam, dass politische Akteure Einfluss auf die Gestaltung des Informations- und Kommunikationssektors nehmen, um vorher definierte Ziele und Forderungen mit Hilfe einer strategischen Gesamtplanung zu realisieren. Dabei wird eine langfristige Wirkung angestrebt.³

Die Informationspolitik im Speziellen umfasst jegliche Art der strategisch-politischen Einflussnahme, die auf die Erzeugung, Sammlung, Verwaltung und Verbreitung von Informationen gerichtet ist. Ferner liegt es im Interesse der politischen Akteure, die

² Vgl. Krempf 2010.

³ Vgl. Schubert/Klein 2007, S. 230.

Informationsbedürfnisse der Rezipienten zu erfahren, um sie durch effektives Informationsmanagement sättigen zu können.⁴

In der wissenschaftlichen Literatur wird unter dem Stichwort der Kommunikationspolitik oftmals auf den Begriff der Medienpolitik verwiesen.

„Medienpolitik umfaßt die Gesamtheit der Maßnahmen des politisch-administrativen Systems (...), die direkt oder indirekt auf die Produktion, die Distribution und den Konsum (Rezeption) massenmedial verbreiteter Inhalte einwirken.“⁵

Kommunikationspolitik gilt als Überbegriff der Medienpolitik, der das gesamte Kommunikationssystem einbezieht, so auch die Massen- und die Individualkommunikation. In diesem Kontext liegt der Schwerpunkt jedoch auf der Massenkommunikation. Diese wird durch die Kommunikationspolitik bewusst beeinflusst, so dass es dem Erhalt, der Förderung und der Weiterentwicklung des Systems langfristig zugutekommt. Die Herausforderung besteht auch hier in der optimalen, zielgruppengerechten Aufbereitung und Darbietung sowie speziell der interaktiven Kommunikation der Inhalte.⁶

Ferner spielt in diesem Zusammenhang auch der Begriff der Öffentlichkeit eine wesentliche Rolle, da sich die information- und kommunikationspolitischen Maßnahmen nicht an Einzelpersonen, sondern an die Öffentlichkeit richten. Unter Öffentlichkeit wird der gesellschaftliche Bereich verstanden, „(...) der über den privaten, persönlichen, relativ begrenzten Bereich hinausgeht, für die Allgemeinheit offen und zugänglich ist“⁷ und als sozialer Kommunikationsraum dient. Öffentlichkeit und die Transparenz öffentlicher Angelegenheiten bilden wichtige Voraussetzungen für die öffentliche Kontrolle politischer Macht.⁸

Daraus ableitend ergibt sich der folgende Politikbegriff für die vorliegende Untersuchung. Unter einer gemeinsamen Information- und Kommunikationspolitik ist die bewusste Beeinflussung und Gestaltung des europapolitischen Informations- und Kommunikationssektors zu verstehen. Mithilfe einer strategischen Gesamtplanung

⁴ Vgl. Daniel 2000.

⁵ Vgl. Schatz 2000, S. 377f.

⁶ Vgl. Ronneberger 2002, S. 36ff.

⁷ Vgl. Schubert/Klein 2007, S. 217.

⁸ Vgl. Brüggemann 2008, S. 41; dies., S. 217.

verfolgen die politischen Akteure der EU die langfristige Umsetzung vorher definierter Ziele und Forderungen.⁹

3. Struktur und Methode

Die vorliegende Arbeit konzentriert sich ausschließlich auf die Ebene der EU. Die Informations- und Kommunikationspolitiken der einzelnen Mitgliedstaaten bezüglich Europa werden nicht untersucht. Außerdem wird nicht näher auf EU-Förderprogramme, wie zum Beispiel das Programm „Europa für Bürgerinnen und Bürger“, eingegangen, da hier die EU keine eigenen Initiativen ausarbeitet und umsetzt, sondern „nur“ unterstützend bei Projekten der Mitgliedstaaten mitwirkt.

In dem zweiten Kapitel der Arbeit wird die rechtliche Grundlage, auf die sich die informations- und kommunikationspolitischen Aktivitäten stützen, dargelegt. Die rechtliche Verankerung in den Verträgen zeigt einerseits die Verpflichtungen für die EU-Organen und andererseits die Ziele der EU für diesen Politikbereich auf.

Der Rat der Europäischen Union (Rat), das Europäische Parlament und die Europäische Kommission (Kommission) stehen als primäre „Europa-Kommunikatoren“ im Fokus des dritten Kapitels. Dieses beschäftigt sich mit den folgenden Fragen: Welche Strukturen sind in den einzelnen Organen für informations- und kommunikationspolitische Aktivitäten vorhanden? Inwieweit erfolgt eine interne sowie interinstitutionelle Zusammenarbeit? Dabei werden auch die Stellen einbezogen, die für die Kommunikation mit den Medien verantwortlich sind. Die verschiedenen Medientypen spielen eine unentbehrliche Rolle als Massenkommunikationsmittel, über die die Bürger hauptsächlich ihre politischen Informationen beziehen.

Die weiteren EU-Organen und -Einrichtungen betreiben ebenfalls Aktivitäten informativer und kommunikativer Natur, doch konzentrieren sie sich hauptsächlich auf die Eigendarstellung und tragen nur bedingt zur Wissensvermittlung über die EU als Ganzes bei. Daher werden sie in dieser Arbeit nicht behandelt.

Das Europe Direct-Informationsnetz sowie spezifische informations- und kommunikationspolitische Online-Plattformen stellen das Thema des darauffolgenden Kapitels dar. Hier geht es um spezielle Einrichtungen und Instrumente, die zur

⁹ Vgl. Schubert/Klein 2007, S. 230.

Verbesserung der Europainformation und -kommunikation geschaffen wurden. Das Europe Direct-Informationsnetz dient als stellvertretendes Beispiel für die diversen Einrichtungen, die den Bürgern vor Ort Dienste rund um die EU anbieten.

Die Kommission gilt unter den Organen als Hauptverantwortliche für die Ausarbeitung von Informations- und Kommunikationsstrategien sowie von Maßnahmenkatalogen. Die diesbezügliche Arbeit der Kommission nach der Ablehnung des Verfassungsvertrages durch die Referenden in den Niederlanden und Frankreich bildet den inhaltlichen Schwerpunkt des fünften Kapitels. Mit dieser politischen Krise wurde die Debatte um die Kommunikation über Europa neu entfacht und von der damaligen Kommissarin für Institutionelle Beziehungen und Kommunikationsstrategie wurde ihr besondere Aufmerksamkeit entgegengebracht. Anhand der Strategiepapiere und der darin ausgearbeiteten Maßnahmen soll geprüft werden, inwieweit eine konkrete Zusammenarbeit der Akteure erfolgt und ob sich Merkmale einer gemeinsamen Informations- und Kommunikationspolitik finden lassen.

4. Blickpunkt der wissenschaftlichen Forschung

In der wissenschaftlichen Forschung zu diesem Themenkomplex geht es primär um die Frage nach der Entwicklung einer europäischen beziehungsweise europäisierten Öffentlichkeit und der damit verbundenen Idee, das Legitimitäts-, Öffentlichkeits- und Demokratiedefizit der EU beheben zu können. Die Informations- und Kommunikationspolitik stellt dabei zumeist nicht den Fokus der Untersuchungen dar, sondern wird als einer von mehreren Aspekten beleuchtet. Die Veröffentlichung des Weißbuches über eine europäische Kommunikationspolitik fand allerdings rege Beachtung in der wissenschaftlichen Literatur. Ein weiterer Bereich, der in der wissenschaftlichen Forschung vermehrt behandelt wird, ist die Rolle der Medien als Vermittler zwischen der EU und ihren Unionsbürgern.

II. Rechtliche Grundlagen der europäischen Informations- und Kommunikationspolitik

Der Vertrag von Lissabon enthält, wie auch seine Vorgänger, keine explizite rechtliche Grundlage für eine europäische Informations- und Kommunikationspolitik. Die Pflicht zur

Information und Kommunikation lässt sich jedoch aus verschiedenen Artikeln des Vertrages und aus der Charta der Grundrechte der Europäischen Union ableiten. Grundlegend ist hierbei der Art. 11 der Grundrechtecharta, der die Freiheit der Meinungsäußerung und die Informationsfreiheit festschreibt. Eine notwendige Voraussetzung zur Erfüllung des Grundrechts besteht in der Informationsvermittlung und der Kommunikation mit den Unionsbürgern, da ansonsten die Grundlage jedweder politischen Meinungsäußerung entzogen wird.

Diese Voraussetzung gilt ebenso für Art. 10 Abs. 3 EUV, der den Bürgern das Recht zur Teilnahme am demokratischen Leben der EU zusichert und die Pflicht, politische Entscheidungen mit größtmöglicher Offenheit und Bürgernähe zu treffen, festschreibt. Der vierte Absatz von Art. 10 EUV verpflichtet die politischen Parteien der EU ausdrücklich zur Unterstützung der Herausbildung eines europäischen politischen Bewusstseins, was einen direkten Dialog mit den Bürgern bedingt. Auch der folgende Artikel ruft zum Dialog mit den Bürgern, repräsentativen Verbänden und der Zivilgesellschaft auf, in diesem Fall mit den Organen der EU. Die Grundsätze der Offenheit und des freien Dokumentenzugangs als elementare Bestandteile der informations- und kommunikationspolitischen Bestrebungen werden in Art. 15 AEUV geregelt. Ferner enthält der Vertrag im Art. 20 Abs. 2d das Recht Petitionen an das EP zu richten, den Europäischen Bürgerbeauftragten zu kontaktieren und sich in einer der Amtssprachen an die EU-Organen und beratende Einrichtungen zu wenden und in dieser Sprache auch Antwort zu erhalten.

Dieser Politikbereich hat zwar keinen Selbststand in den Verträgen und die Kommission verfügt über kein explizites, rechtliches Mandat, um eine europäische Politik in diesem Bereich aufzubauen. Aus den diversen Artikeln lässt sich dennoch eindeutig die Pflicht zur offenen, bürgernahen und transparenten Arbeitsweise der EU-Organen und -Institutionen begründen, die weiterführend in die Ausarbeitung einer Information- und Kommunikationspolitik münden soll. Ferner, kann die Kommission unter Zustimmung des Rates und des EP durch die sogenannte Flexibilitätsklausel (Art. 352 AEUV) tätig werden.¹⁰

¹⁰ Vgl. Brüggemann 2008, S. 128f., 138, 268; Spinei 2008.

III. Die Organe der EU in ihrer Rolle als „Europa-Kommunikatoren“

1. Die Europäische Kommission

Die Kommission¹¹ gilt unter den Organen der EU als aktivste und sichtbarste Institution in Bezug auf Kommunikations- und Informationsarbeit. Die Gründe dafür liegen sowohl in ihrem umfassenden Aufgabenfeld, so in ihren vielfältigen Rollen als „Hüterin der Verträge“, „Motor der Integration“ und „Exekutive der Gemeinschaft“¹², in ihrem politischen Einfluss als auch in ihrer „relativen Homogenität als Institution.“¹³ Für ihre Arbeit hat die Kommission die Intensivierung der Bürgernähe, der politischen Transparenz und der Medienpräsenz als informations- und kommunikationspolitische Zielvorstellungen formuliert.¹⁴

Der Sprecherdienst, die Kommunikationsabteilungen der Generaldirektionen (GD) und die GD Kommunikation bilden die zentralen Kommunikationseinrichtungen der Kommission. Die GD Kommunikation ist für die Formulierung von Kommunikationskonzepten und die Bereitstellung der grundlegenden Infrastruktur zuständig, die die Basis für die Presse- und Kommunikationsarbeit der ersten zwei genannten Einrichtungen bildet. Insgesamt stehen der Kommission im Vergleich zu den anderen Organen die größten personellen und finanziellen Ressourcen zur Initiierung und Implementierung von informations- und kommunikationspolitischen Maßnahmen zur Verfügung.¹⁵

a) Die Generaldirektion „Kommunikation“

Den Kommissaren und ihren Kabinetten stehen zur Unterstützung ihrer Arbeit 27 Generaldirektionen und 13 Dienststellen zur Seite. Der GD „Kommunikation“ kommt dabei eine besondere Stellung zu, da sie für die Informations- und Kommunikationsarbeit der gesamten Kommission zuständig ist und folglich alle Bereiche der Kommission in ihre Arbeit einbezieht.

¹¹ Siehe Art. 17 EUV und Art. 244-250 AEUV zu seiner Funktionsweise und Zusammensetzung.

¹² Vgl. Bender 1997, S. 68; Diedrichs 2009, S. 150f.

¹³ Bender 1997, S. 68.

¹⁴ Vgl. Altides 2008, S. 124; Meyer 2002, S. 84.

¹⁵ Vgl. Altides 2008, S. 136; Brüggemann 2008, S. 134.

Die Generaldirektion ist direkt dem Kommissionspräsidenten untergeordnet und schlüsselt sich in die Direktionen Dienst des Sprechers, Strategie, Vertretungen, Multimedia Kommunikation und Ressourcen auf. Ihre grundlegende Aufgabe besteht in der Unterrichtung der Medien und der Öffentlichkeit über die politischen Aktivitäten, Ziele und Inhalte der Kommissionsarbeit. Um diese Aufgaben zu erfüllen steht die GD Kommunikation im stetigen Kontakt mit den anderen Generaldirektionen und Diensten, koordiniert sowohl die Kommissionsvertretungen in den einzelnen Mitgliedstaaten als auch die Medienkontakte.¹⁶

Die Maßnahmen und Strategien für die Kommunikations- und Informationsarbeit wurden in den Jahren 2004-2009 von der GD Kommunikation zusammen mit der Kommissarin für Institutionelle Beziehungen und Kommunikationsstrategie Margot Wallström geplant. Mit der Ernennung der neuen Kommission am 09. Februar 2010 wurde ebenfalls ein neuer Posten geschaffen. Die Kommissarin Viviane Reding ist für Justiz, Grundrechte, Bürgerschaft und auch für die Zusammenarbeit mit der GD Kommunikation zuständig. Zusätzlich zur zentralen GD Kommunikation verfügen alle weiteren 26 Generaldirektionen über eigene Kommunikationsabteilungen, die gesondert Basis- und Fachinformationen über den Tätigkeitsbereich der jeweiligen GD veröffentlichen und den Dialog mit der organisierten Zivilgesellschaft unterhalten.¹⁷

b) Der Pressedienst

Der Pressedienst ist für die Unterrichtung der Brüsseler Journalisten über die neuesten Entwicklungen bei der Kommissionsarbeit zuständig. Darüber hinaus beantwortet er Anfragen der Medien, korrigiert fehlerhafte Berichte, koordiniert die Tätigkeiten der einzelnen Sprecher und erarbeitet eine Medienstrategie für die Kommissionsmitglieder. Der Dienst ist dem Kommissionspräsidenten unterstellt und umfasst neben dem Sprecher der Kommission und des Kommissionspräsidenten auch die Sprecher der einzelnen

¹⁶ Vgl. Sheehy 1997, S. 122; Wolf/Ettl-Huber 2007, S. 42; <http://europa.eu/whoiswho>: Schnellsuche „Europäische Kommission“ – GD Kommunikation.

¹⁷ Vgl. Wolf/Ettl-Huber 2007, S. 42f.

Kommissare. Insgesamt müssen die rund 60 Mitarbeiter des Pressedienstes den schätzungsweise 1000 akkreditierten Brüsseler Journalisten Rede und Antwort stehen.¹⁸

Traditionell finden die Briefings für die akkreditierten Journalisten täglich um 12:00 Uhr statt („Midday-Briefings“). Bei denen sind, neben den Pressesprechern, in wichtigen Fällen auch Fachbeamte und die Kommissare persönlich vor Ort und erläutern die neuesten Vorschläge und Entscheidungen. Der offizielle Teil der Briefings wird seit 2001 über das Internet (über Europe by Satellite und im online-Presseraum) übertragen. Danach folgen die Hintergrundbriefings. In informellen Gruppen werden dabei Informationen, Meinungen und Gerüchte zwischen Journalisten, Fachbeamten, Kommissaren und Pressesprechern ausgetauscht.¹⁹ Ergänzt werden die Briefings durch Pressekonferenzen nach den Kommissionsitzungen und kurzfristige Pressekonferenzen bei wichtigen Ereignissen. Zusätzlich gibt der Sprecherdienst täglich Pressemitteilungen zum aktuellen Tagesgeschehen oder als Zusatzinformationen („Background Memos“) heraus. Die Pressemitteilungen durchlaufen die gesamte administrative Ebene, ehe sie auf politischer Ebene im Namen des Kollegiums verabschiedet werden. Somit kann es über die Pressemitteilung innerhalb der Kommission keine inhaltlichen Unstimmigkeiten geben und eine homogene Positionierung wird der Öffentlichkeit präsentiert. Da die Kommissare ihre Arbeit in voller Unabhängigkeit von ihrer Nationalität ausüben und Entscheidungen als Kollegium treffen, ist es für den Pressedienst relativ einfach, eine homogene Position der Kommission zu publizieren. In der Praxis wird daher kaum über interne Konflikte in der Kommission berichtet.²⁰

c) Das Besucherprogramm

Der Besucherdienst der Kommission empfängt jährlich rund 45.000 Besucher aus den Mitgliedstaaten, aber auch aus Ländern außerhalb der EU. Das Besucherprogramm wird teilweise mit dem des Europäischen Parlaments verbunden, so dass gemeinsame Führungen angeboten werden. Generell umfasst das Programm einen Vortrag, einen Informationsfilm, Informationsbroschüren und die Möglichkeit zur kurzen Diskussion. Die

¹⁸ Vgl. Bender 1997, S. 69; Brüggemann 2008, S. 154; http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Schlüsseltexte – Die Kommunikationspolitik der Europäischen Kommission, S. 4.

¹⁹ Vgl. Brüggemann 2008, S. 154; Meyer 2002, S. 75, 84; <http://www.eu4journalists.eu>: Basics – EU Press Service – The Commission’s midday briefing.

²⁰ Vgl. Altides 2008, S. 126, 140; Bender 1997, S. 69f.

Inhalte und der Umfang der Führungsprogramme richten sich nach der Zusammensetzung der Besuchergruppen. Den allgemeinen Gruppen (beispielsweise Schulklassen und Bürgervereinigungen), die nur über geringe Vorkenntnisse verfügen, werden während des Besuchs Basisinformationen zur EU und zur Kommission vermittelt. Speziellere Inhalte werden für Studentengruppen und Fachgruppen (beispielsweise Landwirte, Militärs und Journalisten) aufbereitet, die Einblicke in spezifische Themengebiete erhalten. Die Kosten werden von den Besuchern selbst getragen, die Ausnahme bilden Besucher, die persönlich eingeladen worden sind.²¹

d) Die Vertretungen in den Mitgliedstaaten

Die Direktion B „Vertretungen“ der GD Kommunikation ist für die Koordinierung der Vertretungen in den Mitgliedstaaten zuständig. Die Vertretungen stellen offizielle Repräsentationen der Kommission dar und bilden die Schnittstelle zwischen der europäischen und der regionalen beziehungsweise lokalen Ebene. Ihnen kommen verschiedene Aufgaben im Bereich der Kommunikations- und Informationsarbeit zu. Sie sind für die Umsetzung der auf Kommissionsebene beschlossenen Informations- und Kommunikationspolitik, der Bereitstellung von Informationsmaterial, der Beobachtung der öffentlichen Meinung und für die Beratung der Kommission zur Verbesserung ihrer Maßnahmen zuständig. Sie haben die Möglichkeit mit regionalen und lokalen Netzwerken zu kooperieren und unter Beachtung der jeweiligen nationalen Besonderheiten das Image und den Bekanntheitsgrad der Kommission in den Mitgliedstaaten zu verbessern.²²

Da sich sowohl die nationalen Vertretungen der Kommission als auch die Informationsbüros des Europäischen Parlaments in ihrem Aktivitäts- und Aufgabenfeld an die breite Öffentlichkeit richten, sind beide Einrichtungen gemeinsam in sogenannten „Europahäusern“ untergebracht. Die Ziele, durch die gemeinsame Unterbringung Ressourcen einzusparen, größere öffentliche Aufmerksamkeit und weitere positive Synergieeffekte erreichen zu können, scheiterten bisher in vielen Fällen an der mangelnden Koordinierung der Aktivitäten.²³

²¹ Vgl. Bender 1997, S. 86ff.; <http://ec.europa.eu>: Die Kommission besuchen – allgemeine Vorträge und Gruppenbesuche.

²² Vgl. Bender 1997, S. 73; Haushaltsausschuss des Europäischen Parlaments 2007, S. 9.

²³ Vgl. Brüggemann 2008, S. 138; Haushaltsausschuss des Europäischen Parlaments 2007, S. 8f.

e) Die Konsultationen der Europäischen Kommission

Die Konsultationen der Kommission sind ein wichtiger Bestandteil der Politikgestaltung. Sie geben Betroffenen die Chance sich zu geplanten Initiativen und Entscheidungen zu äußern und eröffnen der Kommission neue Blickwinkel auf die Konsequenzen ihres Handelns.

In der Kommission liegt eine dezentrale Konsultationsstruktur vor. Jede GD und Dienststelle unterhält eigene Kontakte zur Zivilgesellschaft und anderen Zielgruppen. Die Einbindung der Betroffenen in den Politikgestaltungsprozess wird somit den jeweiligen Besonderheiten der Politikbereiche angepasst. Zu den regulären Konsultationspartnern der Kommission zählen externe Parteien, der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss, der Ausschuss der Regionen sowie nationale Parlamente und Regierungen. Darüber hinaus kommt es zur Einbindung der Öffentlichkeit in den Konsultationsprozess, was zur Förderung des europäischen Bewusstseins der Unionsbürger und andererseits der Akzeptanz der politischen Europaarbeit beiträgt.²⁴

Die Konsultation kann in verschiedenen Phasen der Politikausarbeitung und unter Verwendung eines Instruments oder mehrerer erfolgen. Grün- und Weißbücher, Mitteilungen, beratende Ausschüsse und Expertengruppen, aber auch online-Verfahren zählen zu den üblichen Konsultationsinstrumenten. Bei der Konsultation der (interessierten) Öffentlichkeit handelt es sich zumeist um Konferenzen und Online-Konsultationen. Online-Konferenzen spielen dabei für die Öffentlichkeit die wichtigere Rolle, da der Aufwand im Vergleich zu einer persönlichen Konferenzteilnahme erheblich geringer ist. Die Online-Konsultationen erfolgen über das Internetportal „Ihre Stimme in Europa“.

Am 11. Dezember 2002 hat die Kommission die Mitteilung „Hin zu einer verstärkten Kultur der Konsultation und des Dialogs - Allgemeine Grundsätze und Mindeststandards für die Konsultation betroffener Parteien durch die Kommission“ verabschiedet. Darin werden Offenheit, Partizipation, Verantwortlichkeit, Effektivität und Kohärenz als Grundsätze für den Konsultationsprozess definiert. Zudem werden Mindeststandards eingerichtet, die transparente und kohärente Verfahren gewährleisten sollen.²⁵

²⁴ Vgl. Quittkat 2008, S. 64; http://ec.europa.eu/civil_society: Überblick.

²⁵ Vgl. Europäische Kommission 2002; Quittkat 2008, S. 66; http://ec.europa.eu/civil_society: Überblick.

f) Die Europäische Kommission im Internet

Die Verwaltung der Website der Kommission ist in den Aufgabenbereich der Direktion Multimedia Kommunikation der GD Kommunikation eingegliedert, wobei die Website insgesamt von verschiedenen Generaldirektionen und Diensten gestaltet wird.

Auf der offiziellen Website der Kommission existieren Verlinkungen zu den Webseiten des Kommissionspräsidenten, der einzelnen Kommissare und den Vertretungen in den Mitgliedstaaten, die dort ihr Tätigkeitsfeld der Öffentlichkeit vorstellen. Unter dem Aspekt der Öffentlichkeitsarbeit ist auf die Seite der Kommissarin für Justiz, Grundrechte und Bürgerschaft zu verweisen, da sie für die GD Kommunikation politisch zuständig ist und folglich öffentlichkeitsrelevante Beiträge anbietet. Darüber hinaus erstellen auch immer mehr Kommissare, aber auch Vertreter anderer EU-Institutionen, eigene Weblogs über die sie die interessierte Öffentlichkeit mit persönlichen Informationen über ihre Arbeit auf dem Laufenden halten.²⁶

Die einzelnen Generaldirektionen und Dienste verfügen ebenfalls über eigene Webseiten, die ausführlich über ihren Arbeitsinhalt berichten. Hierbei ist das Webcast-Portal des Referats „Konferenztechnologie“ (GD Dolmetschen, Direktion D „Konferenzen“) zu nennen. Das Portal bietet Live-Übertragungen und Aufzeichnungen von Konferenzen aus ganz Europa sowie Dokumentarvideos zu den verschiedenen Politikbereichen der Kommission in allen Amtssprachen der EU an.²⁷

Der audiovisuelle Service der Kommission bereitet für die Medien Video-, Foto- und Tonmaterial auf, welches bis 1940 zurückreicht. Das Material ist darüber hinaus auch für die Nutzung durch Bildungseinrichtungen und jede andere Einrichtung oder Person, die (sich) über Europa informieren will bestimmt. Die Dienstleistungen umfassen außerdem die Möglichkeit zu Produktionshilfen für Fernseh- und Radiojournalisten vor Ort.²⁸

²⁶ Vgl. <http://ec.europa.eu>: Kommission 2010-2014 – Viviane Reding.

²⁷ Vgl. <http://ec.europa.eu>: Von A bis Z – Dolmetschen Generaldirektion – Webcast.

²⁸ Vgl. <http://ec.europa.eu/avservices>: About us - Mission; <http://www.eu4journalists.eu>: Basics – EU Press Service – Audiovisual Services.

2. Das Europäische Parlament

Aus der „parlamentarischen Versammlung“, die sich aus Entsandten der nationalen Parlamente zusammensetzte, entwickelte sich das einzig direkt gewählte Organ der EU. Das Europäische Parlament als Interessenvertreter der europäischen Bürger steht somit in der direkten Verpflichtung die EU den Bürgern nahe zu bringen. Den Namen „Parlament“ gab sich die Versammlung bereits 1962 selbst, jedoch wurde die Namensänderung erst 24 Jahre später mit dem Inkrafttreten der Einheitlichen Europäischen Akte (EEA) rechtlich bestätigt. Neben der Namensreform führten weitere Reformen zum stetigen Ausbau seiner Befugnisse, die es umso notwendiger machen, die Öffentlichkeit für die Arbeit des Europäischen Parlaments²⁹ zu sensibilisieren. Abgesehen davon kämpft das EP seit der Einführung der direkten Wahlen mit anhaltend sinkenden Wahlbeteiligungen, die ihren bisherigen Tiefpunkt im Juni 2009 mit einer Wahlbeteiligung von 43% fand.³⁰

Zu den wichtigsten Informations- und Kommunikationszielen des EP zählen eine stärkere mediale und personelle Präsenz, Bürgernähe, politische Transparenz, die Aufklärung der Bürger über die Funktionsweise des Parlaments und seine Bedeutung im Politikgestaltungsprozess.³¹

a) Die Generaldirektion „Kommunikation“

Die Generaldirektion „Kommunikation“ gehört neben den anderen neun Generaldirektionen zum administrativen Unterbau des Generalsekretariats unter der Leitung des Generalsekretärs. Ihr fällt die Aufgabe zu, das Image und die Bekanntheit des Parlaments zu verbessern, seine Rolle in der Politik der EU zu stärken und seine Standpunkte zu verbreiten.

In der Generaldirektion sind alle Bereiche, die die unmittelbare Arbeit mit der Öffentlichkeit und den Medien betreffen, zusammengefasst. Dazu zählen in der Direktion A „Medien“ die Referate Pressesaal, Europarl-Webmaster, Medienbetreuung,

²⁹ Siehe Art. 14 EUV und Art. 223-234 AEUV zu seiner Funktionsweise und Zusammensetzung.

³⁰ Vgl. Maurer 2009, S. 217; <http://www.europarl.europa.eu>: Das Parlament – Archive – Europawahlen – Wahlbeteiligung.

³¹ Vgl. Altides 2008, S. 124; Bender 1997, S. 164.

audiovisuelle Medien, Internet-Kommunikation und Europarl-TV. Die Koordinierung der Informationsbüros in den 27 Mitgliedsstaaten der EU findet in der Direktion B „Informationsbüros“ statt. Alle Strukturen für den direkten Bürgerkontakt sind in die Direktion C „Beziehungen zu den Bürgern“ erfasst, so auch die Referate Veranstaltungen, Besuchergruppen und Seminare, Beobachtung der öffentlichen Meinung, die Dienststelle Besucherprogramm der Europäischen Union, sowie das Besucherzentrum. Die Generaldirektion „Kommunikation“ veröffentlicht darüber hinaus auch Informationsmaterialien über das EP, die der breiten Öffentlichkeit in den Amtssprachen der EU, als auch in Sprachen von Drittstaaten zugänglich gemacht werden. Inhaltlich beziehen sich die Broschüren auf das EP insgesamt, die gewählten Mitglieder des Parlaments, aber auch auf die Bürgerrechte der Europäer. Außerdem werden in der Direktion Bibliothek und Dokumentenverwaltung der Generaldirektion Präsidentschaft der Zugang zu den Dokumenten des Parlaments und die Bürgerpost verwaltet.³²

b) Der Pressedienst

Das Europäische Parlament als Institution verfügt seit 2004 über einen eigenen Pressesprecher, der die Zeitungen, audiovisuellen Medien und das Internet mit den neuesten Nachrichten aus dem EP versorgt. Tägliche Pressekonferenzen finden allerdings nicht statt. Vor jeder Tagung werden die Journalisten über den Ablauf in Kenntnis gesetzt und erhalten die notwendigen Hintergrundinformationen. Während der Plenartagung gibt der Pressedienst in einem Briefing aktuelle Informationen zum Geschehen und nach Beendigung der Plenartagung eine Zusammenfassung heraus.³³

Die Pressearbeiter sind in Bezug auf die Verfassung von Pressemitteilungen politisch ungebunden und arbeiten weitgehend in eigener Verantwortung. Allerdings fungiert der Pressedienst nur als Sprecher für das Parlament als Ganzes. Die politischen Fraktionen nehmen eigene, unabhängige Presseabteilungen in Anspruch, die über parteipolitische Entwicklungen berichten. Das heißt, dass die Fraktionspressesprecher die zentralen Themen der anstehenden Plenarsitzung auf den Pressekonferenzen darstellen und

³² Vgl. Bender 1997, S. 161, 264; <http://europa.eu/whoiswho>: Schnellsuche „Europäisches Parlament“ – Generalsekretariat – Generaldirektion Kommunikation/Generaldirektion Präsidentschaft; <http://www.europarl.europa.eu>: Das Parlament im Einzelnen – Generalsekretariat.

³³ Vgl. Brüggemann 2008, S. 131; Wolf/Ettl-Huber 2007, S. 43; <http://www.eu4journalists.eu>: Basics – EU Press Service – Press at the Parliament.

hinterher die Beschlüsse publik machen. Es herrscht eine „strikte Trennung zwischen administrativer und politischer Kommunikation“³⁴, die es dem Pressedienst erschwert das EP als eine institutionelle Einheit der Öffentlichkeit zu präsentieren. Die Trennung zwingt den Pressedienst ferner zu einer neutralen Berichterstattung, da er zur Informationsgewinnung auch auf die Fraktionen und Abgeordneten angewiesen ist. Diese bestehen auf eine ausgeglichene Berichterstattung, in der alle politischen Meinungen gleichberechtigt vertreten sind und von Positionsanalysen abzusehen ist.

Andererseits ermöglicht die fachliche Aufteilung des Pressedienstes in einen Fachexperten-Pressedienst für die Brüsseler Journalisten und in den fachübergreifenden Pressedienst mehr Bürgernähe. Die fachübergreifende Presseabteilung konzentriert sich auf die Bedürfnisse der nationalen Öffentlichkeiten, kann Pressemitteilungen in allen EU-Amtssprachen veröffentlichen und sich inhaltlich an nationalen Wichtungen orientieren.³⁵

c) Das Besucherprogramm

Das Besucherprogramm stellt einen zentralen Bestandteil der Informations- und Kommunikationsarbeit des Europäischen Parlaments dar. Neben organisierten Gruppen werden auch Einzelpersonen an seinen Arbeitsorten in Brüssel, Straßburg und Luxemburg empfangen. Bei den Besuchern ist zwischen denen, die aus eigener Initiative und auf eigene Kosten die Informationsreise antreten, und denen, die durch eine Einladung eines Abgeordneten besondere Privilegien (Übernahme der Reise- und Verpflegungskosten durch das EP) genießen können, zu unterscheiden. Für die erstgenannte Gruppe gibt es keine zahlenmäßigen, aber je nach Kapazität terminliche, räumliche oder personelle Beschränkungen. Die Besuche umfassen neben (Audio-) Führungen, Vorträgen und Seminaren, auch nach Möglichkeit den Besuch einer Plenarsitzung oder anderer öffentlicher Veranstaltungen des EP sowie das Gespräch mit einem Abgeordneten.³⁶

Pro Jahr nehmen rund 250.000 Personen an dem Besucherprogramm in Brüssel und Straßburg teil. Seit den 1990er-Jahren verzehnfachten sich die Teilnehmerzahlen. Dem

³⁴ Altides 2008, S. 141.

³⁵ Vgl. Altides 2008, S. 138f., 141f., 144.

³⁶ Vgl. Bender 1997, S. 163, 189f.; <http://www.europarl.europa.eu>: Das Parlament – Besuche.

Besucherprogramm, das in die Generaldirektion Kommunikation eingegliedert ist, kommt der größte Teil dieses Budgets zu.³⁷

d) Die Bürgerpost

Das Referat für Bürgerpost im Generalsekretariat ist für die Beantwortung von allgemeinen Anfragen an das EP, Informationersuchen oder Kritiken, sowie für Briefe von Bürgern, die sich an den EP-Präsidenten, den Generalsekretär und das Generalsekretariat richten, zuständig. In den Bestimmungen über die Unionsbürgerschaft im Vertrag von Maastricht wurde festgelegt, dass jeder Unionsbürger das Recht hat sich in einer Sprache der Verträge an die Organe und Einrichtungen der EU zu wenden und in dieser Sprache auch Antwort zu erhalten. Diesem Grundsatz wird vom Referat für Bürgerpost Folge geleistet.³⁸ Auf der Website des EP steht der Öffentlichkeit ein elektronischer Briefkasten für Anfragen zur Verfügung, darüber hinaus sind der Postweg und Telefonanrufe möglich. Der stetige Machtzuwachs des EP und auch die generelle Zunahme von Befugnissen der EU bewirken eine steigende Anzahl von Bürgeranfragen. Im Jahr 2004 lag die Zahl der brieflichen, elektronischen und telefonischen Anfragen bei rund 10.000, in den Jahren 2007-2008 erreichten allein 55.495 elektronische Anfragen das EP, wobei Mails aus Drittstaaten nicht mitgezählt wurden.³⁹

e) Die Informationsbüros

Als „(...) regelrechte Außenstelle(n) des Parlaments“⁴⁰ gelten die Informationsbüros, die sich in jedem Mitgliedstaat befinden. Ihr Ziel besteht in der Umsetzung der Informations- und Kommunikationsstrategie des Europäischen Parlaments in den einzelnen Mitgliedstaaten. Dazu bieten sie den Unionsbürgern Informationen über die Arbeitsweise und Aktivitäten des EP, die in Broschüren, Seminaren und anderen öffentlichen Veranstaltungen vermittelt werden, an. Im Ganzen zielen ihre Aktivitäten auf eine

³⁷ Vgl. Anderson/McLeod 2004, S. 902; Europäisches Parlament 2009, S. 112.

³⁸ Siehe nun Art. 20 Abs. 2d AEUV.

³⁹ Vgl. Bender 1997, S. 163; Europäisches Parlament 2009, S. 109; <http://www.europarl.europa.eu>: Das Parlament – Bürgeranfragen.

⁴⁰ <http://www.europarl.europa.eu>: Das Parlament – Im Einzelnen – Generalsekretariat – Generaldirektion Kommunikation.

Steigerung des Bekanntheitsgrades des Parlaments in der Bevölkerung ab. Sie werden von der Direktion B „Informationsbüros“ der Generaldirektion Kommunikation koordiniert, verfügen über eigene Pressesprecher und arbeiten auf regionaler und lokaler Ebene mit den ansässigen Behörden zusammen.⁴¹

f) Öffentliche Anhörungen

Den direkten Dialog mit den Bürgern ermöglichen die öffentlichen Anhörungen, die den Europaabgeordneten als Kommunikationsinstrument zur Verfügung stehen. Sie dienen dem Ziel, durch Fachwissen oder persönliche Betroffenheit, Bedürfnisse und Erwartungen der europäischen Bevölkerung in die Ausarbeitung der EU-Politik zu integrieren. Ferner nutzen die Abgeordneten dieses Instrument, um das Interesse der Medien auf ein spezielles Thema zu lenken, dadurch die eigene Medienpräsenz zu erhöhen und bestimmte Reaktionen bei Meinungsführern, Institutionen oder allgemein in der Öffentlichkeit hervorzurufen. Infolgedessen verlagerte sich der Fokus von einem reinen Informationsinstrument für das EP zu einem direkten Kommunikationsmittel mit der organisierten Zivilgesellschaft.

Jährlich finden rund 100 öffentliche Anhörungen statt, zu denen neutrale Sachverständige, Vertreter verschiedener Fachrichtungen oder zunehmend auch Nichtfachleute als Vertreter der betroffenen Bevölkerungsgruppen zugelassen werden. Darüber hinaus nehmen auch andere EU-Organe, europäische und (inter-) nationale Institutionen an den Anhörungen teil.⁴²

g) Öffentliche Debatten

Infolge der negativen Referenden in Frankreich und den Niederlanden zum Europäischen Verfassungsvertrag im Jahr 2005 brachten die Institutionen der EU neue Maßnahmen und Strategien für ein besseres Verhältnis zu den Unionsbürgern auf den Weg, so auch das Europäische Parlament.

⁴¹ Vgl. Haushaltsausschuss des Europäischen Parlaments 2007, S. 9; <http://www.europarl.europa.eu>: Das Parlament – Im Einzelnen – Generalsekretariat – Generaldirektion Kommunikation.

⁴² Vgl. Europäisches Parlament 2009, S. 114ff.

Die Bürgerforen zählen zu den neu eingeführten Instrumenten der dezentralen Kommunikation, die einen ständigen Dialog mit der Zivilbevölkerung bezwecken. Unter dem Motto „Go local“ verfolgen sie das Ziel, auf regionaler und lokaler Ebene mit den Bürgern über europäische Themen von regionaler beziehungsweise lokaler Bedeutung zu diskutieren, nachhaltige Beziehungen zu den ansässigen Behörden zu knüpfen und eine starke Reflektion in den Medien zu erreichen. Die Erfolge der ersten Bürgerforen führten im September 2006 zu dem Entschluss, in den Informationsbüros in den Mitgliedstaaten Bürgerforen fest in das Jahresprogramm einzuplanen.⁴³

Eine weitere Maßnahme stellt die Einführung der Bürgeragora im Juni 2006 dar. Die Konferenz der Fraktionsvorsitzenden bestimmt das Thema des jeweiligen Agora-Treffens, die Auswahl geeigneter Teilnehmer fällt den Parlamentsausschüssen zu, wobei Änderungen durch die Europaabgeordneten vorgenommen werden können. Zudem sind die Abgeordneten selbst sowie alle europäischen Institutionen zur Unterstützung der Agora aufgerufen. Die Bürgeragora übertrifft bei weitem die Ausmaße einer normalen öffentlichen Anhörung, rund 500 Organisationen nehmen an den einzelnen Treffen teil.

Die mit der Bürgeragora verbundenen Hoffnungen beziehen sich erstens auf die Errichtung eines Ortes der Verständigung, wo befürwortende und kritische Meinungen zum „Projekt Europa“ gesammelt und ausgetauscht werden. Zweitens ist darin auch eine Transparenzinitiative zu sehen, da die themenspezifisch formulierten Optionen und Positionen in die Arbeit des EP und auch in die Überlegungen anderer EU-Institutionen einfließen. Obendrein sollen die gesammelten Erfahrungen der Abgeordneten während der Agora-Treffen zur Verbesserung des öffentlichen Anhörungsprozesses dienen. Alle Sitzungen, Workshops und sonstigen Beiträge finden öffentlich statt und können über das Internet verfolgt werden.⁴⁴

h) Das Europäische Parlament im Internet

Die Direktion Medien der Generaldirektion Kommunikation ist unter anderem für die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit auf der Website des Parlaments zuständig. Unter dem Punkt „EP Live“ wird Bild- und Tonmaterial für die Medien und die interessierte

⁴³ Vgl. ders., S. 118.

⁴⁴ Vgl. Europäisches Parlament 2009, S. 118ff.; <http://www.europarl.europa.eu>: Das Parlament – Agora.

Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Dazu zählen Informationssendungen, beispielsweise die vom Nachrichtensender Euronews produzierte Sendung Eurinfo, Live-Übertragungen und Aufzeichnungen von Plenartagungen, Pressekonferenzen und anderen Veranstaltungen des EP. In der Mediathek werden alle Plenartagungen des EP seit April 2006 archiviert. Zudem gibt es seit September 2008 das Web-TV des EP (Europarl TV), das den Dienst „EP Live“ um weiterführende Informationen rund um die Arbeit des EP ergänzt. Die Live-Übertragungen und Videoaufzeichnungen sind in die Rubriken „Ihr Parlament“, „Ihre Stimme“ und „Junges Europa“, in denen themenspezifische Beiträge angeboten werden, unterteilt. Ferner können Interessierte Audio-Podcasts abonnieren, die sie in regelmäßigen Abständen über die neuesten Entwicklungen im EP informieren.⁴⁵ Der Präsident des EP sowie die einzelnen Fraktionen verfügen über eigene Webseiten, die ihre spezifische Rolle und ihr politisches Programm erläutern. Des Weiteren beschäftigen sie auch ihre eigenen Presse- und Kommunikationsabteilungen, die direkt und über das Internet Informationen sowie Ton- und Bildmaterial verbreiten.⁴⁶

3. Der Rat der Europäischen Union

Bestehend aus Vertretern der Mitgliedstaaten auf Ministerebene fungiert der Rat⁴⁷ als verbindendes Element zwischen den Interessen der nationalen Regierungen und den Interessen der EU. In seiner Funktion als Gesetzgeber – gemeinsam mit dem EP – und Koordinator der europäischen Politik liegt es an den Ministern, die verschiedenen politischen Positionen unter dem Dach der EU zu vereinen. Seine Funktionsweise und die Beschlussfassung müssen jedoch für die ersten Jahre seiner Existenz als „weitgehend intransparent“⁴⁸ und langsam bezeichnet werden.⁴⁹

Trotz der positiven Entwicklungen, die der Rat in den letzten Jahrzehnten im Bereich der Kommunikations- und Informationsarbeit gemacht hat, liegt er hinter den Anstrengungen der Kommission und dem Parlament zurück. Durch die politische Interessenvielfalt der nationalen Minister und die regelmäßig wechselnde Ratspräsidentschaft ist eine

⁴⁵ Vgl. Europäisches Parlament 2009, S. 113; <http://www.europarl.europa.eu>: EP Live – EP Live Video/EuroparlTV/Podcast.

⁴⁶ Vgl. <http://www.ep-president.eu>; <http://www.europarl.europa.eu>: Fraktionen.

⁴⁷ Siehe Art. 16 EUV und Art. 237-243 AEUV zu seiner Funktionsweise und Zusammensetzung.

⁴⁸ Hartwig/Umbach 2009, S. 307.

⁴⁹ Vgl. dies. 2009, S. 307.

einheitliche Repräsentation des Rates nach außen nicht möglich.⁵⁰ Es ergibt sich jedoch durch seine Struktur eine Vielzahl von Kommunikations- und Informationsquellen, die durch die Medien und die Bürger genutzt werden können. Dazu zählen auch die von Beamten des Generalsekretariats angebotenen Informationsbesuche, die Führungen und Vorträge über die Rolle des Rates und seine Arbeitsweise umfassen. Darüber hinaus können Bürger Anfragen an den Rat schicken, die von der zuständigen Dienststelle „Information der Öffentlichkeit“ in der jeweiligen Sprache des Fragestellers beantwortet werden.⁵¹

a) Die Generaldirektion F „Presse, Kommunikation, Protokoll“

Das Generalsekretariat des Rates, bestehend aus mehr als 2.600 Beamten, unterstützt den Rat in seiner administrativen und organisatorischen Arbeit. Dem Generalsekretär unterstehen neben dem Juristischen Dienst, dem Kabinett und dem stellvertretenden Generalsekretär, die acht thematisch gegliederten Generaldirektionen A-I.⁵²

Die Generaldirektion F „Presse, Kommunikation, Protokoll“ umfasst die Direktionen Informationspolitik, Medien und Kommunikation (Direktion 1) und Transparenz (Direktion 2). Das Arbeitsziel der Generaldirektion F ist es, die Bekanntheit des Rates zu fördern und ein positives Image in der Öffentlichkeit aufzubauen. Dabei wenden sich die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen einerseits an die Fachöffentlichkeit und andererseits auch zunehmend an den „einfachen Unionsbürger“.

Die Direktion 1 ist unter anderem für die Unterstützung der Informations- und Kommunikationsarbeit der jeweiligen Ratspräsidentschaft zuständig. Sie gliedert sich in die Bereiche Kommunikation und Presseservice. Unter den Tätigkeitsbereich Kommunikation fällt die Kommunikation über das Internet, Veröffentlichungen des Rates, Dokumentation, Informationsbesuche, öffentliche Veranstaltungen sowie Informationen für die Öffentlichkeit. Die Zentralarchive, der Dokumentenzugang, die Bibliotheken und das Amtsblatt werden von der Direktion Transparenz verwaltet. Insgesamt umfasst die Generaldirektion F ungefähr 160 Mitarbeiter, was nur noch von der Generaldirektion A

⁵⁰ Vgl. Bender 1997, S. 201.

⁵¹ Vgl. Generalsekretariat des Rates 2008, S. 29.

⁵² Vgl. Hartwig/Umbach 2009, S. 309; <http://europa.eu/whoiswho>: Schnellsuche „Rat der Europäischen Union“ – Generalsekretariat des Rates der Europäischen Union.

„Personal und Verwaltung“ (ca. 1800 Mitarbeiter) und der Generaldirektion E „Außenwirtschaftsbeziehungen und politisch-militärische Fragen“ (ca. 250 Mitarbeiter) übertroffen wird.⁵³

b) Der Pressedienst

Ein Schritt zu mehr Öffentlichkeit wurde 1958 mit der Einrichtung des Pressedienstes im Generalsekretariat des Rates vollzogen. 1973 erfolgte die Integration des Dienstes in die Generaldirektion F des Generalsekretariats.⁵⁴

Die Pflicht, sich um die Medien im Auftrag des Rates als Institution zu kümmern, fällt in den Tätigkeitsbereich des Pressedienstes. Er hat die zentrale Aufgabe Journalisten über die EU-Politik des Rates und die Inhalte seiner Treffen zu unterrichten. Bei der Kommunikations- und Informationsarbeit des Rates ist grundsätzlich zwischen den Aktivitäten des Rates als Institution, für die die Generaldirektion F zuständig ist, und den Aktivitäten der nationalen Delegationen der Mitgliedsstaaten, die durch eine nationale Perspektive gefärbt ist, zu unterscheiden. Allerdings kommt dem Pressedienst der Ratspräsidentschaft eine besondere Rolle zu, da der Präsidentschaft im eigenen Heimatstaat eine besondere Aufmerksamkeit durch die Medien und Öffentlichkeit zuteil wird und die sechs Monate intensiv für Medien- und Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden können. Der Nachteil besteht jedoch in den wechselnden Kommunikationsstandards und Ansprechpartnern für die Journalisten, so dass sich nur erschwert feste Kontakte knüpfen lassen.⁵⁵

In der Generaldirektion „Presse, Kommunikation, Protokoll“ ist der Pressedienst in die Direktion 1 eingegliedert. Der Pressedienst („Service de presse“) unterteilt sich in drei Tätigkeitsbereiche Pressemitteilungen, Pressezentrum und audiovisueller Bereich sowie Media monitoring. Der Tätigkeitsbereich Pressemitteilungen schlüsselt sich weiter in die Themenbereiche der einzelnen Ratsformationen, Recherche und Dokumentation, Krisenmanagementmechanismen und Koordinierung der öffentlichen Tagungen des Rates auf. Der Dienst Pressezentrum und audiovisueller Bereich unterteilt sich in Ausschuss der

⁵³ Vgl. Bender 1997, S. 195, 264; Generalsekretariat des Rates 2008, S. 15; <http://europa.eu/whoiswho>: Schnellsuche „Rat der Europäischen Union“ – Generalsekretariat des Rates der Europäischen Union – Generaldirektion F.

⁵⁴ Vgl. Sangaletti o.J.

⁵⁵ Vgl. Bender 1997, S. 193f.; De Vreese 2003, S. 6; Seeger 2007, S. 8.

Ständigen Vertreter (AStV) II/Europäischer Rat, AStV I/Fotodienst/Europäischer Rat und in Audiovisuelle Medien.⁵⁶

Für die Medienarbeit stehen dem Pressedienst diverse Informationsmittel zur Verfügung. So gibt der Generalsekretär des Rates nach Tagungen und anderen Ratsaktivitäten „Mitteilungen für die Presse“ über den Pressedienst heraus. Des Weiteren informiert er die Medien mit Hilfe politischer Erklärungen, Schlussfolgerungen des Rates und Hinweise auf wichtige bevorstehende Termine. Zu seinen weiteren Aufgaben gehören die Verteilung von Hintergrundinformationen über anstehende Ratssitzungen sowie das Abhalten von Pressekonferenzen nach Ablauf der Sitzung und die Beantwortung von Anfragen. Bei der Ausübung seiner Aufgaben hat der Pressedienst stets auf strikte Objektivität und Neutralität zu achten. So hält er beispielsweise keine Pressekonferenzen ab, in denen er politische Positionen vertritt. Der Pressedienst berichtet nur über den aktuellen Diskussionsstand, erläutert gemeinsame Positionen des Rates und dementiert Falschmeldungen. Insgesamt wird die Berichterstattung in den Medien vorwiegend durch die nationalen Pressesprecher der Mitgliedsstaaten beeinflusst, da diese über engere Kontakte zur nationalen Presse verfügen.⁵⁷

c) Die Ratsgruppe „Information“

Ungefähr 300 Arbeitsgruppen bereiten die Arbeit für den AStV vor, der dann dem Rat weiter zuarbeitet. Sie setzen sich aus nationalen Vertretern der Mitgliedsstaaten zusammen und können sowohl befristet zur Bearbeitung eines speziellen Sachverhalts als auch zur regelmäßigen Unterstützung eingerichtet werden.⁵⁸ In vorheriger Bestimmung ihres Aufgabenfeldes werden sie nach Art. 19 Abs. 3 der Geschäftsordnung des Rates vom AStV direkt oder mit seiner Zustimmung eingesetzt.⁵⁹

Unter dem Vorsitz des Leiters der Generaldirektion „Presse, Kommunikation und Protokoll“ werden in der Ratsgruppe „Information“ Fragen der Informations- und Kommunikationspolitik von den Sprechern der ständigen Vertretungen der

⁵⁶ Vgl. <http://europa.eu/whoiswho>: Schnellsuche “Rat der Europäischen Union” – Rat der Europäischen Union.

⁵⁷ Vgl. Bender 1997, S. 193f.; Brüggemann 2008, S. 131f.; <http://www.eu4journalists.eu>: Basics – EU Press Service – Press at the Council.

⁵⁸ Vgl. Hartwig/Umbach 2009, S. 309; http://europa.eu/scadplus/glossary/index_de.htm: Ausschüsse und Arbeitsgruppen.

⁵⁹ Vgl. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:325:FULL:DE:PDF>, S. 35.

Mitgliedsstaaten ein- bis zweimal monatlich erörtert. Dazu zählen die Klärung von Grundsatzfragen, Beratungen über das Informationsbudget der Kommission, sowie der Austausch über die einzelnen Informations- und Kommunikationsaktivitäten. Es steht außerdem in der Macht der Ratsgruppe über Anträge auf Dokumenteneinsicht, die vom Generalsekretariat abgelehnt wurden, mit einfacher Mehrheit zu entscheiden. Über diese Anträge muss daraufhin der Rat urteilen. Darüber hinaus ist sie zuständig für die Ausarbeitung von Kommunikationsmaßnahmen für alle politischen Bereiche des Rates, sowie für die Vorbereitung politischer Programme für die meisten Ratsentscheidungen bezüglich externer Kommunikation. Medienarbeit gehört dabei nicht zu ihrem Aufgabengebiet, dafür ist der Presseservice des Rates zuständig. Die Ratsgruppe Information wird in ihrer Arbeit vom Referat für Kommunikation unterstützt.⁶⁰

d) Der Rat im Internet

Die Vertretung des Rates der EU im Internet ist unter folgender Adresse zu finden <http://www.consilium.europa.eu>. Die Website wird vom Referat Kommunikation der Direktion Medien und Kommunikation verwaltet.

Auf die Website kann in allen 23 Amtssprachen der EU zugegriffen werden, wobei nicht sämtliche Informationen der Seite auch in allen Sprachen verfügbar sind. Der einführende Text zu den verschiedenen Ratsformationen und die Informationen zum Haushalt des Rates sind beispielsweise nur auf Englisch vorhanden. Insgesamt kommt es bei ausführlicherer Nutzung der Website zu einem häufigeren Wechsel zwischen der eigenen und der englischen Sprache.

Besonders hinzuweisen ist auf das Informationsangebot unter dem Punkt Presse. Dort finden sich nicht nur interessante Informationen für Journalisten und andere Vertreter der Medien, sondern auch für die interessierte Öffentlichkeit. Neben der Zugriffsmöglichkeit auf aktuelle und vergangene Pressemitteilungen, der Ankündigung anstehender Ratstagungen, der Möglichkeit für Journalisten über eine E-Mail- oder SMS-Verteilerliste stets aktuelle Informationen zu erhalten, gibt es ferner den audiovisuellen Service. Dieser gliedert sich in vier Bereiche: TV Studio, TV Newsroom, Fotogalerie und Videoübertragung öffentlicher Sitzungen. Sowohl Live-Übertragungen als auch

⁶⁰ Vgl. Bender 1997, S. 199f.; Brüggemann 2008, S. 132; Wolf/Ettl-Huber 2007, S. 43.

Aufzeichnungen öffentlicher Sitzungen und besonderer Anlässe stehen zum Abruf und zur kostenfreien Verwendung bereit.⁶¹

Die Ratspräsidentschaft nimmt eine eigene Website in Anspruch, auf der umfassende Informationen zum politischen Programm, Zielen und Aktionen für die 6-monatige Präsidentschaft in Schrift, Ton und Bild bereit gestellt werden.⁶²

4. Die Interinstitutionelle Gruppe „Information“

Die Interinstitutionelle Gruppe „Information“ (IGI) besteht seit 1999 als Arbeitsgruppe der Kommission und des Parlaments. Der Rat schloss sich der Gruppe im Jahr 2002 an. Ursprünglich wurde sie zur Unterstützung des EU-Programms PRINCE (Programme prioritaire d'information au citoyen européen) ins Leben gerufen, im Jahr 2001 erfolgte eine Erweiterung der Kompetenzen, so dass sich die IGI zu einem Forum für Entwicklung und Koordinierung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der drei EU-Organen entwickeln konnte. Sie setzt sozusagen den gemeinsamen Rahmen für die Informations- und Kommunikationspolitik, die konkrete Ausgestaltung bleibt jedoch weiterhin den einzelnen Organen vorbehalten.⁶³

Den Vorsitz der IGI haben die für Kommunikation zuständigen Vizepräsidenten des EP und der Kommission sowie der zuständige Vertreter des Rates inne. Als Beobachter nehmen weitere EU-Institutionen und Einrichtungen, wie zum Beispiel der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss und der Ausschuss der Regionen, an den Sitzungen teil. Die Gruppe tritt mindestens zweimal im Jahr zusammen, weitere Treffen sind bei Bedarf möglich.

Das Aufgabenspektrum umfasst die Ausarbeitung allgemeiner Leitlinien für die Europakommunikation, die Auswahl der jährlichen Kommunikationsprioritäten der EU, die Annahme des jährlichen gemeinsamen Arbeitsplans für Kommunikationsaktivitäten sowie die Überwachung der Umsetzung des Plans. In ihrer Arbeit wird die IGI von einer

⁶¹ Vgl. <http://www.consilium.europa.eu>.

⁶² Siehe <http://www.eu2010.es> Website der spanischen Ratspräsidentschaft (01. Januar – 30. Juni 2010).

⁶³ Vgl. Brüggemann 2008, S. 137; Haushaltsausschuss des Europäischen Parlaments 2007, S. 8; http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Institutionelle Fragen – Interinstitutionelle Gruppe „Information“.

interinstitutionellen Fachgruppe unterstützt, die für die Vorbereitung, Umsetzung und Weiterverfolgung der Beschlüsse zuständig ist.⁶⁴

Da die IGI jedoch über keine eigene Autorität verfügt, sind die Ausarbeitungen in ihrer Umsetzung und Einhaltung durch die EU-Organe und die Mitgliedstaaten nicht bindend. Daher erfolgt auch weiterhin die Ausgestaltung der Informations- und Kommunikationsaktivitäten in den Generaldirektionen der Kommission, im EP, im Rat und in den nationalen Regierungen vorwiegend autonom.⁶⁵

5. Zwischenfazit

Die Entwicklung einer gemeinsamen Informations- und Kommunikationspolitik war in der EU nicht von Anfang an vorgesehen, folglich bildeten sich die Strukturen der einzelnen Organe in diesem Politikbereich unabhängig voneinander aus und passten sich den spezifischen Funktions- und Arbeitsweisen an.

Die Entwicklung setzt sich auch mit dem Inkrafttreten des Vertrages von Lissabon fort. Der Reformvertrag birgt durch die weitere Stärkung des EP die Chance in sich, das Organ im politischen Bewusstsein der Bürger zu stärken und seine Bedeutung im Politikgestaltungsprozess hervorzuheben. Durch die Einsetzung des ersten ständigen Präsidenten im Europäischen Rat, Herman van Rompuy, und der Institutionalisierung des Prinzips der Teampräsidentschaft ergeben sich auch wichtige Änderungen für den Europäischen Rat. Durch die Zusammenarbeit der drei Mitgliedstaaten, die aufeinanderfolgend die Präsidentschaft inne haben, wird die Kontinuität der behandelten Themen gestärkt.⁶⁶ Allerdings besteht die Gefahr, dass mit dem ständigen Präsidenten die politische und repräsentative Bedeutung der nationalen Präsidentschaften sinkt und bei den Bürgern das Gefühl der Zugehörigkeit zur und der Mitbestimmung in der EU abnimmt.⁶⁷ Andererseits ist zu erwarten, dass durch das neu geschaffene Amt die Umsetzung gemeinsamer informations- und kommunikationspolitischer Ziele erleichtert wird und durch die institutionalisierte Teampräsidentschaft sich die nationalen

⁶⁴ Vgl. Europäische Kommission 2007a, S. 3f.; http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Institutionelle Fragen – Interinstitutionelle Gruppe „Information“.

⁶⁵ Vgl. Brüggemann 2008, S. 138.

⁶⁶ Vgl. <http://www.europarl.de>: Europa – Institutionen und Organe – Rat der EU.

⁶⁷ Vgl. Seeger 2007, S. 9.

Präsidentschaften stärker auf europäische Themen konzentrieren, anstatt Themen von nationalem Interesse auf die Agenda zu setzen.

Insgesamt befindet sich die Kooperation zwischen den EU-Organen im Bereich der Information- und Kommunikationspolitik noch im Anfangsstadium. Mit der Schaffung der Interinstitutionellen Gruppe „Information“ im Jahr 1999 wurde ein wichtiger Schritt in Richtung einer gemeinsamen Rahmenpolitik unternommen. Die Effektivität wird jedoch bisher durch die fehlende Verbindlichkeit der dort getroffenen Entscheidungen untergraben. Generell ist die Zusammenarbeit zwischen der Kommission und dem EP am weitesten fortgeschritten. Die Zusammenlegung der Informationsbüros des EP und der Vertretungen der Kommission in den Europahäusern ist ein positives Beispiel für den Kooperationswillen, allerdings kommt es noch immer zu größeren Problemen bei der Koordinierung der Aktivitäten, so dass von den erhofften Synergieeffekten nicht viel zu merken ist. Die Internetportale, auf denen die Nutzer audiovisuelles Material angeboten bekommen, sind ein weiterer Aspekt der mangelnden Koordinierung. Jedes der drei Organe verfügt über eigene Programme, zum Beispiel EuroparlTV, der TV Newsroom des Rates und der Audiovisuelle Service der Kommission. Darüber hinaus existiert der Dienst Europe by Satellite (EbS), der organübergreifend audiovisuelles Material anbietet. Dieses Überangebot von Webseiten ist nicht benutzerfreundlich, im Gegenteil, es erfordert mühsames Suchen und stetige Neuorientierung auf den verschiedenen Seiten. Der Aufbau eines gemeinsamen Dienstes für audiovisuelles Material ist hier anzuraten.

Die Vorbehalte gegenüber einer Zusammenlegung der Strukturen und dem Verlust von Autonomie zeigen sich nicht nur im interinstitutionellen Bereich. In den internen Arbeitsabläufen wird eine gemeinsame Linie ebenso behindert. Ein Beispiel dafür stellt die mangelnde Kooperation zwischen den verschiedenen GD der Kommission bei den Informations- und Kommunikationsaktivitäten dar. Durch allgemeines Konkurrenz- und Autonomiedenken wird ein gemeinsames Vorgehen verhindert, so dass jede GD eigene Aktivitäten initiiert und durchführt.⁶⁸

⁶⁸ Vgl. Brüggemann 2008, S. 145, 280.

IV. Spezielle Einrichtungen und Instrumente zur Information und Kommunikation über die EU

1. Verbindungsnetze und Informationsrelais der EU

Einen grundlegenden Bestandteil der bürgernahen Informations- und Kommunikationsarbeit stellen die diversen Verbindungsnetze in den Mitgliedstaaten der EU dar. Je nach ihrer inhaltlichen Spezialisierung unterstehen sie einer bestimmten Generaldirektion der Kommission, die für ihre Planung und Koordinierung zuständig ist. Die einzelnen Verbindungsstellen beziehungsweise Informationsrelais bieten dem Fachpublikum sowie der breiten Öffentlichkeit beispielsweise Recherche- und Beratungsdienstleistungen, Zugang zu Dokumenten der EU, Seminare und öffentliche Veranstaltungen an. Dabei reichen die Auskünfte „(...) von EU-Basisinformationen bis hin zu speziellen Auskünften über einzelne EU-Förderprogramme und -Politiken.“⁶⁹ Mit dem zunehmenden Bewusstsein der EU für die Bedeutung von Bürgernähe und Transparenz stiegen auch die Bemühungen der Kommission, den Bürgern das Thema Europa vor Ort zu vermitteln.⁷⁰

a) Das Europe Direct-Kontaktzentrum

Im Jahr 1996 errichtete die Kommission sowohl einen E-Mail-Dienst als auch ein Callcenter, die für die Beantwortung von Bürgeranfragen und das Zusenden von Informationsmaterial zuständig sind. Zwei Jahre später wurde während der Tagung des Europäischen Rates in Cardiff vom damaligen Premierminister Tony Blair und dem Kommissionspräsidenten Jacques Santer Europe Direct als ständiges Telefon-Beratungszentrum gegründet.

Das Europe Direct-Kontaktzentrum nahm seine Arbeit im Mai 2000 in Brüssel auf. Zu diesem Zweck erhielt jedes Mitgliedsland der EU eine Telefonnummer, unter der die Bürger das Kontaktzentrum gebührenfrei kontaktieren können. Diese national zugeordneten Telefonnummern wurden im Jahr 2002 von einer einheitlichen Nummer

⁶⁹ Bender 1997, S. 93.

⁷⁰ Vgl. ders., S. 93.

abgelöst. Mit der Beitrittsrunde 2004 wurde der kostenlose Telefondienst in den neuen Mitgliedstaaten eingeführt und fortan in den 20 Amtssprachen angeboten. Mit der Erweiterung im Jahr 2007 wurden die Sprachen Bulgarisch, Rumänisch und Irisch in den Dienst integriert. Jährlich gehen inzwischen über 100.000 telefonische Anfragen im Kontaktzentrum ein. Die Arbeit des Kontaktzentrums, das der Kontrolle der GD Kommunikation der Kommission untersteht, wird von rund 30 mehrsprachigen Sachbearbeitern wahrgenommen.⁷¹

b) Das Europe Direct-Informationsnetz

Am 01. Mai 2005 wurden die bisherigen Info-Points Europe und die Foren für den ländlichen Raum (Carrefours), die bislang als lokale Beratungsstellen dienten, durch das Europe Direct-Informationsnetz ersetzt. Die Europe Direct-Informationsrelais leisten dezentrale Informationsarbeit vor Ort, indem sie neben Beratungs- und Informationstätigkeiten auch Veranstaltungen organisieren, Informationsmaterial bereitstellen, mit regionalen und lokalen Akteuren sowie den Medien kooperieren und der Öffentlichkeit die Möglichkeit geben ihre Meinung zur EU kund zu tun.

Mittlerweile existieren 500 Informationszentren in der gesamten EU. Sie sind in Trägereinrichtungen untergebracht, diese finanzieren mindestens 50% der Kosten selbst, die andere Hälfte wird von der Europäischen Kommission gedeckt. Der jährliche Zuschuss durch die Kommission beträgt dabei mindestens 12.000 EUR und maximal 25.000 EUR pro Informationszentrum. Für die Kofinanzierung der Trägereinrichtungen hat die Kommission beispielsweise für das Jahr 2009 eine Gesamtsumme von 11.400.000 EUR vorgesehen. Mit einer Laufzeit von vier Jahren ging die erste Generation des Informationsnetzes im Dezember 2008 zu Ende. Die zweite Generation startete am 12.02.2009 und endet 2012. Die Vereinbarung auf eine Laufzeit von vier Jahren soll der Stabilität des gesamten Netzes und der Beständigkeit der Aktivitäten der Zentren dienen.⁷²

⁷¹ Vgl. Brüggemann 2008, S. 159; Europäische Kommission 2005b; <http://ec.europa.eu>: Von A bis Z - Europe Direct – Das EUROPE DIRECT-Kontaktzentrum.

⁷² Vgl. Europäische Kommission 2005c; Europäische Kommission 2009a; Europäische Kommission 2009b, S. 2, 6; <http://ec.europa.eu>: Von A bis Z - Europe Direct – Besuchen Sie uns! – Informationsstellen.

2. Die EUROPA-Website

Die EU ist seit Februar 1995 im Internet mit einer eigenen Website vertreten. In Abstimmung mit den anderen EU-Institutionen wird das Webportal von der GD Kommunikation der Kommission verwaltet und ist unter der Adresse <http://europa.eu> aufrufbar. Für die redaktionellen Aspekte sind der EUROPA-Redakteur, der von der GD Kommunikation aus ihrem Mitarbeiterkreis gewählt wird, und sein Redaktionsausschuss zuständig. Das Team kann in besonderen Fällen um die Internet-Redakteure der einzelnen Generaldirektionen, der Vertretungen der Kommission und der Vertreter von Projektteams ergänzt werden, die dann als Schnittstelle zwischen der EUROPA-Redaktion und den eigenen Kommunikationsreferaten fungieren.⁷³

Mit der zunehmenden Bedeutung des Internets im alltäglichen Leben der Europäer steigt auch die Bedeutung der EU-Vertretung im Netz. Ende 1996 hatten bereits neun primäre EU-Institutionen und 19 der damals 24 Generaldirektionen der Kommission eigene Webseiten eingerichtet. Darüber hinaus erfolgte im Frühjahr 1997 eine erste Umgestaltung der EUROPA-Seite, bei der neben der grafischen Umgestaltung auch die Inhalte, die bisher größtenteils nur auf Englisch verfügbar waren, in weitere Sprachen übersetzt wurden. Mit der Einrichtung der Website gelingt es der Kommission eine stetig wachsende Zahl von Internetnutzern zu erreichen. Im Jahr 2003 besuchten monatlich rund 4,3 Mio. Menschen, 2007 über 7 Mio. Menschen das Internetportal der EU.⁷⁴

„Das Internet als Medium für die Kommunikation über Europa – die Bürgerinnen und Bürger einbeziehen“ lautet der Titel der am 21. Dezember 2007 vorgestellten Mitteilung der Kommission. Darin steht die Verbesserung der Website im Mittelpunkt, wobei die Kommission bei der Umgestaltung besonderen Wert darauf legt, den Blickwinkel der Besucher einzunehmen und die Aufmachung nach deren Bedürfnissen auszurichten.⁷⁵

Die Zielsetzungen, die mit dem EUROPA-Portal verbunden sind, beziehen sich einerseits auf die Selbstdarstellung der EU und „(...) der Entwicklung eines europäischen Gemeinschaftssinns, der das nationale Umfeld ergänzt“⁷⁶ und andererseits auf die Bedürfnisse und Rechte der Unionsbürger, sich über die EU zu informieren, Meinungen

⁷³ Vgl. Europäische Kommission 2007c, S. 3, 6, 8.

⁷⁴ Vgl. Bender 1997, S. 213; Brüggemann 2008, S. 156; Sheehy 1997, S. 130, 132.

⁷⁵ Vgl. Europäische Kommission 2007c, S. 16; http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Europa vermitteln – Internetstrategie.

⁷⁶ Europäische Kommission 2007c, S. 6.

auszutauschen und Unterstützung zu erhalten. Allerdings sind viele Seiten und Dokumente nicht in allen Amtssprachen der EU zugänglich. Ferner wird das EUROPA-Portal auf Grund mangelnder Bekanntheit überwiegend von Bürgern besucht, die bereits Vorwissen über und Interesse an Europa haben.⁷⁷

Die sechs Kategorien auf der Startseite richten sich direkt an den Bürger, am besten verdeutlicht durch die Rubriken „Ihr Leben in der EU“ und „Beteiligen Sie sich“, ergänzt durch die vier Rubriken „Informationen über die EU“, „Dokumentationszentrum“, „Politikfelder und Tätigkeiten“ und „Medienzentrum“. Insgesamt betrachtet wird der Benutzer des EUROPA-Portals mit sehr vielen Links und Informationen konfrontiert, die eine erste Orientierung und Erfassung des Angebots erschweren. Im Besonderen erfordern die Links zu weiteren EU-Webseiten eine immer wieder neue Orientierung für den Nutzer. Hinsichtlich der Kommunikation zwischen den Unionsbürgern und der EU bietet speziell die Rubrik „Beteiligen Sie sich“ diverse Möglichkeiten für die Bürger an. Dort gibt es eine Zusammenstellung von Links, die auf Online-Diskussionsforen (z. Bsp. Debate Europe), Blogs von Vertretern einzelner EU-Institutionen und -Einrichtungen, EUTube und Seiten der Politikgestaltung (z. Bsp. Ihre Stimme in Europa) verweisen. Darüber hinaus gibt es auf der Startseite einen direkten Link zu Europe Direct.

Im Ganzen dominiert jedoch der Informationscharakter der Website. Die Informationen sind sehr allgemein gehalten, somit können sie die Bedürfnisse nach Erstinformationen über die EU, ihre Institutionen und Politiken erfüllen. Detailliertere Informationen sind auf den Seiten der einzelnen Organe und Einrichtungen zu finden, so dass der sachunkundige Besucher nicht von vertieften Fachinformationen abgeschreckt wird.⁷⁸

3. Ihre Stimme in Europa

Im Oktober 2001 wurde die Internetplattform „Ihre Stimme in Europa“ beziehungsweise „Your Voice in Europe“ als Teil der Initiative zur interaktiven Politikgestaltung eröffnet. Mit ihr soll die breite Öffentlichkeit die Chance erhalten an Konsultationsprozessen und online-Diskussionen teilzunehmen und ihre Erfahrungen mit den Diensten der EU (zum

⁷⁷ Vgl. ders., S. 6; http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Europa vermitteln – Internetstrategie.

⁷⁸ Vgl. <http://europa.eu>.

Beispiel „Solvit“ oder „Der Wegweiserdienst für die Bürger“) mitzuteilen.⁷⁹ Die Website wurde von der Kommission eingerichtet und ist in elf Sprachen verfügbar.

Unter dem Punkt „Konsultationen“ kann sich der Benutzer zum einen über vergangene und aktuelle Konsultationen informieren und zum anderen an den laufenden Konsultationen teilnehmen. Die laufenden Konsultationen sind übersichtlich mit Vermerk zu ihrem Politikbereich, ihrer Zielgruppe und dem Schlusstermin aufgelistet. Doch in Bezug auf die Sprachen dominieren englische Ausführungen bei den Beschreibungen der einzelnen Konsultationen, so dass die Teilnahme für Bürger, die nicht der englischen Sprache mächtig sind, problematisch bleibt.

Der Punkt „Diskussionen“ bietet lediglich Verweise zu den online-Foren Debate Europe, Jugend (die Seite ist nicht mehr funktionsfähig) und Mehrsprachigkeit sowie zu den Blogs von EU-Vertretern an. In dieser Weise funktioniert auch die Rubrik „Ihre Erfahrungen“. Dort wird gebeten, nach Inanspruchnahme einer Dienstleistung eines EU-Informationsrelais, die Hilfe zu beurteilen und so zur Verbesserung des Angebots beizutragen. Weitere Links, die im Zusammenhang mit der Politikgestaltung stehen, sind unter „Nützliche Links“ aufgelistet.⁸⁰

Aufgrund fehlender Werbetätigkeiten mangelt es dieser Initiative, wie auch anderen EU-Webseiten, an Bekanntheit. In den online-Foren nehmen hauptsächlich Fachleute Stellung, die bereits auf dem Gebiet der EU und ihren Politiken bewandert sind und ähnliche Werte und Meinungen vertreten. Ein weiteres Problem ergibt sich aus der Tatsache, dass die Kommission nicht rechtlich verpflichtet ist die Konsultationsergebnisse für ihre Arbeit zu nutzen und nicht deutlich wird, welche Verwendung den Ergebnissen zukommt.⁸¹

Als Ergänzung zu „Ihre Stimme in Europa“ ist die Website „Die Europäische Kommission und die Zivilgesellschaft“ zu nennen. Diese Seite bietet umfassende Informationen über den Konsultationsprozess der EU, beispielsweise über den rechtlichen Rahmen, den Ablauf und die grundlegenden Konsultationsstandards und ergänzt das Konsultationsforum somit um wichtige Hintergrundinformationen. Auf der Startseite wird der Besucher auf eine spezielle, laufende Konsultation oder ein bestimmtes Thema zur Zivilgesellschaft aufmerksam gemacht und zu weiteren Informationen darüber

⁷⁹ Vgl. Europäische Kommission 2001.

⁸⁰ Vgl. <http://ec.europa.eu/yourvoice>.

⁸¹ Vgl. Wolf/Etl-Huber 2007, S. 45f.

weitergeleitet. Ferner gibt es auch hier eine Linksammlung zu weiteren inhaltlich passenden Webseiten.⁸²

4. Debate Europe

Im Zuge der Umsetzung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen des Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion vom 13. Oktober 2005 wurde im Internet das Forum „Debate Europe“ eingerichtet. Es dient der Weiterentwicklung der Kommunikationsaktivitäten der EU im Internet und der Förderung der Europa-Kommunikation. Ziel der Strategie ist es, öffentliche Debatten über die Zukunft Europas auf nationaler und europäischer Ebene anzuregen und die Öffentlichkeit aktiv in die Diskussion einzubeziehen. Neben Seminaren und Diskussionsveranstaltungen mit politischen Entscheidungsträgern und den Medien vor Ort wurde mit der Errichtung der Internetseite „Debate Europe“ ein Forum geschaffen, das eine Kommunikation über geografische Grenzen hinweg ermöglicht.⁸³

Die Website bietet der Öffentlichkeit die Chance sich in den 23 Amtssprachen der EU sowie auf Katalanisch über Europa auszutauschen. So wird einerseits allen Bürgern die Chance zur Teilnahme gegeben, andererseits jedoch laufen die Diskussionen somit überwiegend im nationalen Rahmen ab. Die Beiträge werden in die acht Kategorien „Klimawandel und Energie“, „Zukunft Europas“, „Verbraucher und Gesundheit“, „Verschiedenes“, „Interkultureller Dialog“, „Europawahl“, „Frauen und Politik“ und „Finanzkrise und Entwicklungshilfe“ eingeteilt. Dabei erzielen die Kategorien „Zukunft Europas“ und „Verschiedenes“ mit Abstand die meisten Beiträge, im Gegensatz dazu rufen die Kategorien „Frauen und Politik“ und „Finanzkrise und Entwicklungshilfe“ kaum Interesse bei den Nutzern hervor.⁸⁴

Die Beiträge können von jedem Besucher der Seite gelesen werden, das Schreiben von Kommentaren oder eigenen Beiträgen ist jedoch erst nach der Registrierung möglich. Eine Anmeldung ermöglicht ferner die Kontaktaufnahme mit anderen registrierten Teilnehmern. Eines der vorrangigen Ziele der Kommunikationsstrategie „Plan D“ und auch der Website besteht in dem direkten Dialog zwischen EU-Politikern und den

⁸² Vgl. http://ec.europa.eu/civil_society.

⁸³ Vgl. Europäische Kommission 2005a, S. 21; Spinei 2008.

⁸⁴ Vgl. Brüggemann 2008, S. 158; <http://europa.eu/debateurope>: Diskutieren Sie mit.

Unionsbürgern. So erklärt die Kommission auf der Website: „Die Bürger erhalten die Möglichkeit, sich untereinander und mit Mitarbeitern der europäischen Institutionen auszutauschen.“⁸⁵ Unter dem Punkt „Mitglieder“, der nur für angemeldete Nutzer aufgeführt wird, werden alle Teilnehmer des Forums aufgelistet. Es sind dort unter anderem einige Pressesprecher und Kommissare der Europäischen Kommission eingeschrieben, sowie der Kommissionspräsident J. M. Barroso und die ehemalige Kommissarin für Institutionelle Beziehungen und Kommunikationsstrategie M. Wallström. Jedoch muss hinzugefügt werden, dass es in der Mitgliederliste keine spezielle Übersicht der teilnehmenden EU-Vertreter gibt und die Namenswahl so frei gestaltet werden kann, dass eine eindeutige Zuordnung in manchen Fällen weder glaubhaft, noch möglich ist (beispielsweise „Commissioner N“). Ferner liegt die überwiegende Mehrheit der Beiträge der EU-Vertreter im Jahr 2008, also unmittelbar nach der Gründung, und tendiert danach gegen Null.

Das Resultat nach den ersten zwei Jahren beläuft sich auf über 6300 registrierte Mitglieder aus (nicht-) EU-Staaten, die für rund 15.000 Themen bisher mehr als 202.000 Beiträge geschrieben haben. In Anbetracht der Bevölkerungszahl der EU und der Möglichkeit für Nicht-EU-Bürger sich ebenfalls zu registrieren, ist der Erfolg der Plattform vorsichtig einzuschätzen. Die Anzahl von 6300 Mitgliedern ist in diesen Dimensionen ein verschwindend geringer Anteil der EU-Bevölkerung, selbst wenn nur von einer bestimmten Zielgruppe ausgegangen wird, in diesem Fall der Gruppe der aktiven Internetnutzer.⁸⁶

5. EUTube

Im Jahr 2005 wurde das Videoportal YouTube⁸⁷ in den USA gegründet, das sich in den letzten Jahren auch in Europa zu dem führenden online-Videoportal entwickelte. Nutzer aus aller Welt laden Filme und Videos hoch und machen sie somit für jedermann zugänglich. Die Filminhalte decken dabei alle Gebiete von reiner Unterhaltung bis hin zur politischen Information ab.

⁸⁵ <http://europa.eu/debateurope>: Über diese Website.

⁸⁶ Vgl. <http://europa.eu/debateurope>: Diskutieren Sie mit.

⁸⁷ Siehe <http://www.youtube.com>.

An diese neue und überaus erfolgreiche Art der Kommunikation anknüpfend, wurde am 29.06.2007 EUTube als eigener Kanal auf YouTube angelegt. Der Zugriff erfolgt über die folgende Internetadresse: <http://www.youtube.com/eutube>. Kurz darauf folgte die Einrichtung einer deutschen und einer französischen Version des Portals. Unter dem Motto „Europa erleben in Bild und Ton“ beabsichtigt die Kommission die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu erreichen und ihnen Europa anschaulich näherzubringen. Dazu können auf der Internetseite kurze Filme, Interviews, Musikvideos und Dokumentationen angesehen und bewertet werden. Die Inhalte tangieren die unterschiedlichsten Bereiche rund um die EU, wobei bürgernahe Themen im Vordergrund stehen sollen. Die Beiträge werden in die fünf Kategorien „Uploads“, „Favoriten“, „Wirtschaft, Finanzen und Steuern“, „Die EU im Überblick“ und „Kultur, Bildung und Jugend“ eingeteilt.

Das Interesse der Nutzer an den Filmen fällt insgesamt sehr unterschiedlich aus. Zum Beispiel gehört der Kurzfilm mit dem Titel „Film lovers will love this!“ zu den ersten Produktionen, die über EUTube liefen. Der Kurzfilm soll zur Bekanntmachung des Programms der europäischen Filmförderung „Media“ beitragen und stieß mit 283.770 Aufrufen in den ersten zwei Wochen auf weit mehr Interesse als die reinen Informationsfilme zur Funktionsweise der EU-Organe im gleichen Zeitraum.⁸⁸

6. Zwischenfazit

Das Internet ist nicht mehr nur das Informations- und Kommunikationsmedium der Zukunft, sondern bereits das der Gegenwart. Daher ist es von großer Bedeutung, dass die EU den Anschluss an die fortschreitenden Entwicklungen nicht verliert und das Medium zu seinem Vorteil nutzt. Es bietet die große Chance Menschen aus allen EU-Mitgliedstaaten und auch aus Drittstaaten gleichzeitig zu erreichen und ihnen die EU in ihrer Vielfalt näher zu bringen. Trotzdem muss stets beachtet werden, dass auch das Internet bestimmte Bevölkerungsgruppen ausgrenzt. Nicht jeder Haushalt verfügt über einen Internetzugang und nicht jeder Mensch ist in der Lage das Internet zu nutzen, demzufolge dürfen auch künftig konventionelle Informations- und Kommunikationsmittel nicht vernachlässigt werden.

⁸⁸ Vgl. Europäische Kommission 2007b; Europäische Kommission 2007c, S. 13; Jenkner 2007.

Die Kommission hat es bisher nicht geschafft die eigenen Internetplattformen ausreichend bekannt zu machen und als wirkungsreiches Instrument zu etablieren. Zudem stellt die Sprachenvielfalt ein großes Problem dar, wenn es um die Übersetzung der überaus zahlreichen Informationen und Dokumente in die 23 Amtssprachen geht. In diesem Punkt liegt der Vorteil in den Einrichtungen der diversen Informationsnetze. Durch die Einrichtungen vor Ort können Anfragen in der Landessprache gestellt und beantwortet werden. Darüber hinaus bieten die Informationsrelais die beste Gelegenheit persönliche Kontakte herzustellen, einen Dialog über Europa zu führen und somit der EU eine persönliche Note zu verleihen. Um die Bürger zur aktiven Teilnahme zu motivieren, muss künftig besser verdeutlicht werden, inwieweit die Integration der Meinungen und Ansichten der Bürger in den Politikgestaltungsprozess auf europäischer Ebene erfolgt. Insgesamt ist festzustellen, dass die Instrumente und Einrichtungen bei weitem nicht die breite Öffentlichkeit erreichen. Das Problem aller (online-) Einrichtungen ist, dass sie primär Menschen ansprechen, die sich bereits für die EU interessieren oder mit ihr in Kontakt gekommen sind. Uninteressierte oder unwissende Bürger werden hingegen kaum erreicht und motiviert. Eines der großen Hindernisse besteht dabei in der großen Anzahl von Einrichtungen und Internetplattformen, die den unerfahrenen Bürger überfordern. Es ist anzuraten, Internetseiten, die die gleiche inhaltliche Ausrichtung haben, zusammenzulegen, um den Aufwand für den Bürger, aber auch für die Kommission zu verringern. So könnte beispielsweise die rein informative Website „Die Europäische Kommission und die Zivilgesellschaft“ in die online-Plattform „Ihre Stimme in Europa“ integriert werden, da sie die wichtigen Hintergrundinformationen zum Konsultationsprozess bereitstellt.

V. Die informations- und kommunikationspolitischen Strategiepapiere der Europäischen Kommission

Am 29. Mai 2005 fand das französische Referendum über den europäischen Verfassungsvertrag statt. Mit einer knappen Mehrheit von 54,87 Prozent lehnten die Franzosen die EU-Verfassung ab. Der nächste Rückschlag für den

Verfassungsgebungsprozess folgte am 01. Juni 2005 mit dem gescheiterten Referendum in den Niederlanden. 61,6 Prozent der Wähler stimmten gegen den Vertrag.⁸⁹

Der Präsident des EP, Josep Borrell Fontelles, der Präsident des Europäischen Rates, Jean-Claude Juncker und der Präsident der Europäischen Kommission José M. Barroso erklärten daraufhin, dass die Ergebnisse einer gründlichen Analyse bedürfen und das nicht nur auf nationaler Ebene: „Die europäischen Institutionen der Europäischen Union sollten ihrerseits über die Ergebnisse des gemeinsamen Ratifizierungsprozesse (sic!) nachdenken.“⁹⁰ Darüber hinaus gab die Präsidentschaft bekannt, dass auf der kommenden Tagung des Europäischen Rates am 16./17. Juni 2005 das Thema umfassend behandelt werden würde.⁹¹

Die europäischen Staats- und Regierungschefs einigten sich während der Tagung auf eine „Zeit der Reflexion“, die nicht das Ende des Verfassungsvertrages bedeuten, sondern die zuvor genannte Analyse der Ursachen und der verbleibenden Möglichkeiten in den Fokus der Überlegungen stellen sollte. Die Einbindung der Bürger, der Zivilgesellschaft und der nationalen politischen Entscheidungsträger in die Überlegungen soll eine umfangreiche Analyse gewährleisten. Während dieser Reflexionsphase verständigte sich der Europäische Rat im Juli 2007 auf die Einberufung einer neuen Regierungskonferenz zur Ausarbeitung eines Reformvertrages. Dieser Vertrag erhielt den Titel „Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union“ (AEUV). In seiner Ausgestaltung wurden jegliche Andeutungen auf eine Verfassung vermieden. Die Reflexionsphase endete mit der Annahme des Vertrages am 13. Dezember 2007.⁹²

Die Ablehnungen des Verfassungsvertrages in Frankreich und den Niederlanden, sowie der folgende langwierige Ratifizierungsprozess des Reformvertrages verdeutlichten den Organen der EU, dass sich die Schere zwischen der EU und ihren Bürgern immer weiter geöffnet hat und die Vermittlung ihrer Arbeit auf nationaler Ebene nur unzureichend stattfindet. Auf der Ratstagung im Juni 2005 wurde daher bekräftigt, dass die Organe der EU ihren Beitrag zur politischen Information und Kommunikation mit der europäischen

⁸⁹ Vgl. <http://www.faz.net> 2005; <http://www.stern.de> 2005.

⁹⁰ Europäische Kommission 2005d.

⁹¹ Vgl. ders.; Europäisches Parlament 2009, S. 137f.

⁹² Vgl. Europäischer Rat 2005; Europäisches Parlament 2009, S. 139f.

Zivilgesellschaft und den Unionsbürgern ausbauen müssen. Eine Sonderrolle sprach der Europäische Rat für diese Aufgabe der Europäischen Kommission zu.⁹³

1. Aktionsplan für eine verbesserte Kommunikationsarbeit der Kommission zu Europa

Am 20. Juli 2005 veröffentlichte die Kommission einen Aktionsplan für eine verbesserte Kommunikationsarbeit der Kommission zu Europa, in dem sie erstmals politische Kommunikation als eigenständigen Politikbereich definiert und zu einem strategischen Ziel ihrer Amtszeit erklärt. Der Aktionsplan wurde bereits vor den Referenden von der damaligen Vizepräsidentin der Kommission Margot Wallström ausgearbeitet, stieß bis dato jedoch auf zu großen internen Widerstand. Erst mit den Ereignissen in Frankreich und den Niederlanden konnte er sich in der Kommission durchsetzen.⁹⁴

Der Plan verfolgt ein zweistufiges Vorgehen: in einem internen Aktionsplan legt die Kommission konkrete Maßnahmen zur Verbesserung ihrer Kommunikationsarbeit fest, danach folgt die Erarbeitung eines Weißbuches. Das Weißbuch soll die informations- und kommunikationspolitischen Vorstellungen aller Beteiligten, so auch der Öffentlichkeit, integrieren und diesbezüglich mittel- und langfristige Maßnahmen nennen. Das Kommissionspapier zielt auf eine wirksamere Europa-Kommunikation ab, wobei ein internes, neu aufgearbeitetes, dienststellenübergreifendes Konzept die Grundlage bilden soll.⁹⁵ Ein wichtiger Bestandteil des internen Konzepts sind die drei Prinzipien „Zuhören“, „Vermitteln“ und „Go local“. Das Stichwort „Zuhören“ bezieht sich auf den angestrebten Dialog mit den Bürgern. Die EU soll nicht nur den Bürgern die EU und ihre Politik verständlich und nachvollziehbar vermitteln, wie es der zweite Grundsatz vorsieht, sondern ihnen auch Raum für Anmerkungen, Meinungs austausch und Diskussionen geben. Grundlegend für das Zuhören und Vermitteln ist, dass es verstärkt auf regionaler beziehungsweise lokaler Ebene, also „vor Ort“, stattfinden soll. Neben der geografischen Dimension, bedeutet dies auch eine Anpassung an die speziellen regionalen und lokalen Interessen, an demografische Strukturen und an andere Besonderheiten, wie zum Beispiel spezifische Kommunikationskanäle.⁹⁶

⁹³ Vgl. Europäischer Rat 2005.

⁹⁴ Vgl. Brüggemann 2008, S. 145; Europäische Kommission 2005e, S. 3.

⁹⁵ Europäische Kommission 2005e, S. 3; Spinei 2008.

⁹⁶ Vgl. Seeger 2006, S. 3; Spinei 2008; Tham 2006, S. 2.

Ein wichtiger Aspekt der kommissionsinternen Maßnahmen ist die Reorganisation der Kommissionsstellen, die für die verschiedenen Bereiche der Informations- und Kommunikationsarbeit zuständig sind. Jedoch besagt der Plan generell, dass die gesamte Kommission zur erfolgreichen Umsetzung des Aktionsplans unterstützend mitwirken und ein einheitliches Erscheinungsbild von der Kommission vermitteln soll. Für die Kommissionsmitglieder soll die Europa-Kommunikation zu einem festen Bestandteil ihrer Arbeit werden, insbesondere sind sie aufgerufen in ihren Heimatländern eine stärkere öffentliche Präsenz als Kommunikationspartner zu zeigen. Insgesamt erfolgt eine überarbeitete Zuständigkeits- und Aufgabenverteilung für die einzelnen Kommissionsstellen, die eine direkte Zuordnung von Verantwortlichkeit für jeden einzelnen Kommunikationsbereich ermöglicht und Kompetenzüberschneidungen verhindert. Im Zuge der Zuständigkeitsverteilung wird die GD „Presse und Kommunikation“ in „Kommunikation“ umbenannt, um die Bedeutung des neuen Konzepts zu betonen.⁹⁷

Den Vertretungen der Kommission in den Mitgliedstaaten kommt durch ihre besondere Position eine Schlüsselrolle zu. Sie bieten die besten Voraussetzungen, um die Grundsätze „Zuhören“, „Vermitteln“ und „Go local“ aktiv und erfolgreich umzusetzen. Im Rahmen eines Pilotprojektes werden Vertretungen in elf Mitgliedstaaten in ihren Aufgaben sowie ihrer personellen und finanziellen Ausstattung gestärkt, um eine Effektivitätssteigerung ihrer Arbeit zu erzielen.⁹⁸

Die Unverständlichkeit des „Brüsseler Jargon“ wird oftmals von den Journalisten und den Bürgern als ein Kritikpunkt an der EU genannt. Daher sieht die Kommission für zukünftige Veröffentlichungen von beispielsweise Entscheidungen oder Vorschlägen die Verwendung einer bürgernahen und leicht verständlichen Sprache vor. Zudem sollen auch die Kommunikationsinstrumente insgesamt besser an die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe angepasst werden, so dass sie die Bürger über deren bevorzugte Informations- und Kommunikationskanäle informieren und kontaktieren können.⁹⁹ Ein weiterer Schwerpunkt des Aktionsplans ist der Ausbau der Internetkommunikation und der

⁹⁷ Vgl. Europäische Kommission 2005e, S. 5ff.

⁹⁸ Vgl. ders., S. 10; Seeger 2006, S. 3.

⁹⁹ Vgl. Europäische Kommission 2005e, S. 8; Spinei 2008.

audiovisuellen Kommunikationsmittel. Der Fokus liegt hier in der Förderung der TV-Nachrichtenagentur „Europe by Satellite“ und der EU-Website „EUROPA“.¹⁰⁰

Im Ganzen verfolgt die Kommission mit dem Aktionsplan einen umfassenden Ansatz, der allen betreffenden Kommissionsstellen klare Zuweisungen sowie Verbesserungs- beziehungsweise Erweiterungspläne vorlegt. Die Kommission setzt an den eigenen Schwachstellen an und strebt durch interne Veränderungen eine erste Verbesserung der informations- und kommunikationspolitischen Situation in Europa an. Gleichwohl einiger interner Gegenkräfte konnten die formulierten Maßnahmen weitestgehend umgesetzt werden. So hat die Kommission ein europaweites Netz von Informationsstellen und Vertretungen zur Unterstützung ihrer Aktivitäten aufgebaut. Jedoch mangelt es der Kommission und ihren Einrichtungen bis jetzt an personellen und finanziellen Ressourcen, so dass trotz der gut ausgebauten Strukturen die Realisierung der Maßnahmen bedeutend erschwert wird. Dazu zählt vor allem der Mangel an Fachleuten für professionelle Kommunikationsaktivitäten, ohne die eine erfolgreiche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit nur bedingt möglich ist.¹⁰¹

2. Der Beitrag der Kommission in der Zeit der Reflexion und danach: Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion

Neben der Ablehnung des Verfassungsvertrages in Frankreich und den Niederlanden wurde die Akzeptanzkrise der EU auch durch die darauf folgenden Eurobarometer-Umfragen, in denen die Bürger ihre Bedenken und Unzufriedenheit gegenüber der EU und ihrer Arbeitsweise äußerten, deutlich. Um der negativen Vertrauensentwicklung entgegenzuwirken, sind umfassende Diskussionen mit den Bürgern der EU sowie die Integration ihrer Bedürfnisse und Erwartungen in den politischen Gestaltungsprozess nach Ansicht der Kommission unabdingbar. Der Plan D stellt das Resultat dieser Überlegungen dar. Die Kommission formuliert in ihrem Strategiepapier vom 13. Oktober 2005 das Ziel, die Zukunft Europas zum Thema der öffentlichen Debatte zu machen und setzt somit den angefangenen Prozess des Aktionsplans für eine verbesserte Europa-Kommunikation fort. Mit den vorgeschlagenen Maßnahmen erhofft sich die Kommission

¹⁰⁰ Vgl. Europäische Kommission 2005e, S. 12f.

¹⁰¹ Vgl. Brüggemann 2008, S. 134, 145, 275.

langfristige Erfolge, die über die Zeit der Reflexion hinausgehen und zur Schaffung einer europäischen Öffentlichkeit beitragen.¹⁰²

Im Gegensatz zum Aktionsplan vom Juli 2005 spricht Plan D alle betroffenen Akteure auf europäischer und nationaler Ebene an. Die Betonung liegt aber auch hier auf den Grundsätzen des Zuhörens, Vermittelns und der dezentralen Arbeit. Daher liegt die Hauptverantwortung nach Ansicht der Kommission bei den nationalen Regierungen und Parlamenten, „(...) die als Scharnier zwischen den Bürgern und den europäischen Entscheidungsträgern dienen sollen.“¹⁰³ Hinsichtlich der Aktivitäten der Mitgliedstaaten will die Kommission nur eine unterstützende Rolle, beispielsweise bei der Organisation und Finanzierung der öffentlichen Veranstaltungen, einnehmen. Die öffentlichen Debatten an sich sollen in den Mitgliedstaaten autonom initiiert und durchgeführt werden.¹⁰⁴

Die Kommission gibt mit dem Strategiepapier einen einheitlichen Rahmen für die Informations- und Kommunikationsaktivitäten der einzelnen Akteure vor. Die konkrete Ausgestaltung soll jedoch den Akteuren überlassen bleiben, damit sie ihre Aktionen an ihre Arbeitsweise und an die Bedingungen vor Ort optimal anpassen können. Dennoch legt die Kommission in ihrem Strategiepapier thematische Schwerpunkte dar, die sie auch den anderen Organen und Einrichtungen als Leitlinien vorschlägt. In ihren Aktionen möchte sie sich auf folgende Themen konzentrieren: Europas soziale und wirtschaftliche Entwicklung, die Wahrnehmung Europas und seiner Aufgaben, die Grenzen Europas und Europas Rolle in der Welt. Diese Themenauswahl soll den Bürgern die Formulierung ihrer Erwartungen und Bedürfnisse ermöglichen. Institutionelle Fragen zur EU werden vorerst in den Hintergrund gerückt.¹⁰⁵

Gleichwohl den freien Gestaltungsmöglichkeiten strebt die Kommission auf EU-Ebene eine enge Zusammenarbeit mit dem EP, dem Rat, dem Ratsvorsitz, dem Ausschuss der Regionen, als auch mit dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss an. Zu den konkreten Vorschlägen für Aktivitäten auf Gemeinschaftsebene zählen unter anderem die Besuche von Kommissions- und Parlamentsmitgliedern in den Mitgliedstaaten, die Koordinierung der Veranstaltungen der Kommissionsvertretungen mit denen der

¹⁰² Vgl. Europäische Kommission 2005a, S. 2f.; Seeger 2006, S. 3.

¹⁰³ Bauer u.a. 2005, S. 3.

¹⁰⁴ Vgl. ders., S. 3f; Europäische Kommission 2005a, S. 4; Seeger 2006, S. 3.

¹⁰⁵ Vgl. Europäische Kommission 2005a, S. 5f.; Seeger 2006, S. 3.

Informationsbüros des EP, die Verbesserung des Anhörungsverfahrens, die Unterstützung europäischer Bürgerprojekte, der Ausbau des Internets als Kommunikationsmittel sowie zielgruppenorientiertes Vorgehen, wobei besonders dem Dialog mit jungen Menschen mehr Aufmerksamkeit entgegengebracht werden soll.¹⁰⁶

Mit Plan D setzt sich die Kommission das ehrgeizige Ziel einen Rahmen für die eigene Informations- und Kommunikationsarbeit, für die Aktivitäten der anderen Organe und Einrichtungen, als auch für die der Mitgliedstaaten zu schaffen.¹⁰⁷ In der ersten Umsetzungsphase des Plans wurden im Jahr 2006 sechs transnationale Projekte mit einem Budget von 4.5 Millionen EUR gestartet. An diesen Projekten nahmen rund 40.000 Menschen persönlich und schätzungsweise mehrere Hunderttausend über das Internet teil. Die erste Bestandsaufnahme und Bewertung erfolgte während der Tagung des Europäischen Rates im Juni 2006. Daraus folgte, dass der Fokus der Aktionen im folgenden Jahr verstärkt auf die Zielgruppen Jugend und Frauen gelegt wurde. Zu diesem Zweck fanden in 13 Mitgliedstaaten 70 Projekte unter der Verwendung von 2.1 Millionen EUR statt.¹⁰⁸

Am 02. April 2008 startete die dritte Phase „Debate Europe – Auf den Erfahrungen mit Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion aufbauen“. Unter diesem Titel werden die Folgemaßnahmen und Erweiterungen zu Plan D zusammengefasst. In Hinsicht auf die anstehende Europawahl 2009, legte die Kommission den Schwerpunkt auf den Punkt „D wie Demokratie“, um das Interesse und die Beteiligung an der Wahl zum EP zu fördern. Zur Unterstützung der ausgewählten lokalen und transnationalen Projekte stellte die Kommission ein Budget von 7,2 Millionen EUR bereit.¹⁰⁹ Die niedrigste Wahlbeteiligung seit der Einführung der Direktwahl steht jedoch als deutliches Zeichen des Scheiterns dieser Bemühungen. Der Kommission ist es mit ihren Maßnahmen nicht gelungen Menschen aus allen Schichten und mit den unterschiedlichsten Meinungen über Europa zu erreichen und von der Bedeutung der Europawahl zu überzeugen. Im Gegenteil, die Diskussionsforen, Vorträge und weiteren Angebote erreichen überwiegend Europa-Befürworter, aber tragen kaum zur Überzeugung bisher uninteressierter Bürger bei. Im

¹⁰⁶ Vgl. Europäische Kommission 2005a, S. 7ff.

¹⁰⁷ Vgl. Spinei 2008.

¹⁰⁸ Vgl. European Citizen Action Service 2007, S. 2; Europäische Kommission 2007d, S. 7; Europäische Kommission 2008a, S. 5; Seeger 2006, S. 3.

¹⁰⁹ Vgl. Europäische Kommission 2007d, S. 7; Europäische Kommission 2008a, S. 6, 11;
http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Europa vermitteln – Debate Europe.

Fall der Europawahlen liegt das Problem aber auch auf nationaler Ebene bei den Wahlvorbereitungen der Parteien. Die Europawahlen nehmen noch immer eine untergeordnete Stellung gegenüber den nationalen Wahlen ein, so dass für Wahlwerbung und -veranstaltungen ein sehr viel geringerer (finanzieller) Aufwand betrieben wird.

Das Gesamtkonzept des Strategiepapiers sieht die Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für die informations- und kommunikationspolitischen Aktivitäten vor. Doch gelingt es der Kommission nicht, verbindliche Regelungen und Strukturen für alle Akteure durchzusetzen, folglich liegt es auch hier am Willen und der Motivation der einzelnen Akteure, in welchem Maße sie aktiv werden. Der Unwille zu einer verbindlichen interinstitutionellen Zusammenarbeit wurde bereits am Beispiel der Interinstitutionellen Gruppe „Information“ verdeutlicht.

3. Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik

Das Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik stellt den dritten Teil der neuen Kommunikationsstrategie dar, wobei es seinen Fokus auf eine stärkere Bürgernähe der EU legt. Mit diesem Weißbuch vom 01. Februar 2006 strebt die Kommission einerseits einen umfassenden Konsultationsprozess über die Informations- und Kommunikationspolitik der EU im Ganzen und andererseits über die ausgearbeiteten Vorschläge im Besonderen an. Erstmals rief die Kommission alle Akteure dazu auf, Ideen, Kritiken und eigene Standpunkte einzubringen, die nach der Konsultationsphase in Form gemeinsamer Maßnahmen gebündelt und umgesetzt werden. Diese Maßnahmen sollen über die Inhalte des Aktionsplans hinausgehen und langfristig zur Intensivierung der öffentlichen Debatte über Europa beitragen.¹¹⁰

Im ersten Teil des Weißbuches beschreibt die Kommission, wie die Kommunikationspolitik der EU ihrer Meinung nach gestaltet sein sollte. In diesem Teil wird die Aussage des Aktionsplans, Kommunikation als eigenständigen Politikbereich zu behandeln, erneut bekräftigt. Der neue Ansatz, der von der Kommission vorgeschlagen wird, stellt den Dialog und den Bürger in den Fokus der Kommunikationsaktivitäten. Ferner sollen neben Brüssel als Planungs- und Koordinierungszentrum verstärkt dezentrale Stellen tätig werden. Die bisherigen Fehler der einseitigen Kommunikation und

¹¹⁰ Vgl. Europäische Kommission 2006, S. 2f., 18; Spinei 2008.

der Konzentration auf die kommunikationspolitischen Bedürfnisse der EU-Institutionen sollen mit dem neuen Ansatz vermieden werden. Die Kommission formuliert das ehrgeizige Ziel, alle Gesellschaftsschichten ausreichend informieren und am Dialog teilnehmen lassen zu wollen.¹¹¹

In einer Rede zum Weißbuch betont die Kommissarin Margot Wallström dieses Ziel:

„People have a right to know what the European Union does and what it stands for and as citizens, they have a right to fully participate in the European project and in the decision-making process.“¹¹²

Darüber hinaus strebt die Kommission die Bildung einer „europäischen öffentlichen Sphäre“ an. Diese soll die nationalen Öffentlichkeiten nicht ersetzen, sondern um eine europäische Öffentlichkeit erweitern. Um dies zu erreichen, erklärt sie die Intensivierung der grenzüberschreitenden Europakommunikation, die primär in der Verantwortung der Mitgliedstaaten liegt, als unabdingbar. Ein weiteres Mittel besteht in der Einbindung der europäischen Dimension in nationale Diskussionen, um die Zusammenhänge beider Ebenen an aktuellen Themen zu verdeutlichen.¹¹³

Der zweite Teil des Weißbuches führt die fünf Schlüsselbereiche auf, zu denen die Kommission Maßnahmen vorschlägt, die im Rahmen des Konsultationsprozesses zur Diskussion freigegeben sind und in partnerschaftlich durchgeführte Maßnahmen münden sollen.

Der erste Bereich wird unter der Überschrift „Gemeinsame Grundsätze festlegen“ zusammengefasst. In diesem Punkt geht es um die Aufgabe eine gemeinsame Grundlage für die Informations- und Kommunikationsaktivitäten zu definieren, wobei das Recht auf Information und freie Meinungsäußerung als Ausgangspunkt für weitere Überlegungen dient. Dabei sollen die drei folgenden Prinzipien beachtet werden: erstens die Sicherstellung, dass Unionsbürger aller Gesellschaftsschichten einbezogen werden, zweitens der Respekt gegenüber beziehungsweise die Wahrung der Meinungsvielfalt in Europa und drittens die Ermöglichung der aktiven Bürgerbeteiligung. Zu diesem Zweck regt die Kommission die Erstellung einer Europäischen Charta oder eines Europäischen

¹¹¹ Vgl. Europäische Kommission 2006, S. 3f.; Wolf/Ettl-Huber 2007, S. 44;
[http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom:](http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom/) Europa vermitteln – Weißbuch.

¹¹² Wallström 2006, S. 4.

¹¹³ Vgl. Europäische Kommission 2006, S. 4f.; Seeger 2006, S. 4.

Verhaltenskodex zur Kommunikation an. Die Unterzeichnung würde auf freiwilliger Basis erfolgen, die teilnehmenden Akteure wären jedoch zur Einhaltung der Grundsätze verpflichtet. Die Entscheidung für oder gegen ein solches Instrument soll in den öffentlichen Veranstaltungen und in einem eigens eingerichteten, webgestützten Bürgerforum zur Diskussion stehen.¹¹⁴

Die Maßnahmen des zweiten Schlüsselbereichs zielen auf die Stärkung der Rolle der Unionsbürger ab und bauen auf dem Grundsatz des Aktionsplans, den Bürgern zuzuhören, auf. Die Kommission strebt diesbezüglich die Verbesserung der politischen Bildung, die Förderung des persönlichen Kontakts unter den Bürgern und des persönlichen Kontakts zwischen Bürgern und öffentlichen Einrichtungen an. Da die Verantwortung für politische Bildung bei den Staaten liegt, kann die Kommission nur unterstützend tätig werden. Daher ruft sie die zuständigen politischen Ebenen auf, sich über nationale Grenzen hinweg über Lehrinhalte und -strukturen auszutauschen und das Thema Europa im Unterricht auszubauen. Weitere Vorschläge betreffen die gemeinsame Verbesserung, Erweiterung und Koordinierung der Besucherprogramme der EU-Organe und die Schaffung neuer (online-) Foren auf nationaler und europäischer Ebene.¹¹⁵

Die intensivere Zusammenarbeit mit den Medien und die bessere Nutzung der neuen Technologien zählen ebenso zu den prioritären Bereichen der Kommission. Der Aufbau einer öffentlichen Identität der EU und dem damit verbundenen Gedanken der EU ein „Gesicht zu geben“ gehört hierbei zu den wichtigsten Schwerpunkten. Ferner sollen die verschiedenen nationalen Ebenen bei der Vermittlung von Informationen in den Mitgliedstaaten stärkere Berücksichtigung finden und die digitalen Technologien als Informations- und Kommunikationsinstrumente ausgebaut werden. Um diese Ziele zu erreichen, schlägt die Kommission den Aufbau eines Netzwerkes mit den diversen Medientypen, die bessere Aufbereitung von Informationen für die Medien, den Ausbau von Europe by Satellite sowie die bessere Versorgung der Medien mit relevantem Informationsmaterial vor.¹¹⁶

Der vierte Punkt bezieht sich auf die Aufgabe ein klares Bild von der öffentlichen Meinung in Europa zu gewinnen. Um gezielt Maßnahmen einleiten und erfolgreich durchführen zu können, ist es notwendig, die vorherrschenden Meinungen über die EU und ihre

¹¹⁴ Vgl. Europäische Kommission 2006, S. 5ff.; Seeger 2006, S. 4.

¹¹⁵ Vgl. Europäische Kommission 2006, S. 7ff.; Tham 2006, S. 4.

¹¹⁶ Vgl. Europäische Kommission 2006, S. 10f.

Politikgestaltung zu kennen. In der EU stellt dies auf Grund der Bevölkerungsgröße und ihrer verschiedenen nationalen Sichtweisen eine besondere Herausforderung dar. Die Eurobarometer-Umfragen als führendes Instrument zur Meinungsanalyse sollen daher in ihrer Nutzung weiter ausgebaut werden. Die Ergebnisse der Umfragen bieten sich nach Meinung der Kommission als Gegenstand öffentlicher Debatten an. Darüber hinaus empfiehlt die Kommission sowohl die Errichtung eines Netzwerks nationaler Sachverständiger im Bereich der Meinungsforschung als auch eines Europäischen Meinungsforschungsinstituts, das Meinungstrends ermitteln und analysieren soll.¹¹⁷

„Die Aufgabe gemeinsam angehen“ heißt es im Titel des letzten Schlüsselbereichs, der ein Appell an alle Akteure zur engen Kooperation in der Informations- und Kommunikationspolitik ist. Dazu zählt die Kommission auch die Organisationen der Zivilgesellschaft, die durch ihre bürgernahe Stellung die Öffentlichkeit für Europa sensibilisieren und motivieren sollen. Einen Schwerpunkt legt die Kommission auf die Zusammenarbeit mit der nationalen Ebene, wie sie es auch schon im vorangegangenen Strategiepapier formulierte. Darüber hinaus soll auch die Zusammenarbeit zwischen den EU-Institutionen ausgebaut und besser koordiniert und die Mitglieder der politischen Parteien stärker in die Europaarbeit eingebunden werden.¹¹⁸

Die Aufgabe der Überwachung des Konsultationsprozesses, der Auswertung der Beiträge, sowie der Ausarbeitung konkreter Maßnahmen für die fünf Schlüsselbereiche fällt einer speziell zu diesem Zweck eingerichteten Taskforce zu. Diese setzt sich aus Beamten der GD Kommunikation der Kommission zusammen.¹¹⁹

Für die Maßnahmen der sechsmonatigen Konsultationsphase, die zur Einholung der Beiträge dienen, stellte die Kommission ein Budget von 1,28 Millionen EUR zur Verfügung. Um möglichst viele Beiträge in Form von Vorschlägen, Kritiken und weiteren Äußerungen zu erhalten, wurden zwei Webseiten eingerichtet, Spezial-Eurobarometer-Umfragen durchgeführt und fünf Konferenzen in Brüssel für alle Partner der Kommission im Bereich der Kommunikation veranstaltet. Insgesamt gingen im Rahmen des Konsultationsprozesses über 300 Konzeptpapiere bei der Kommission ein.¹²⁰

¹¹⁷ Vgl. ders., S. 12f.

¹¹⁸ Vgl. Europäische Kommission 2006, S. 13ff.; Seeger 2006, S. 4f.

¹¹⁹ Vgl. Seeger 2006, S. 5.

¹²⁰ Vgl. Brüggemann 2008, S. 147; ders., S. 5.

Grundlegend neu an dieser Initiative der Kommission ist die Einbindung aller EU-Organe und -Einrichtungen und der Öffentlichkeit in eine gemeinsame Debatte über die europäische Informations- und Kommunikationspolitik. Auch bei den Inhalten sind neue Aspekte dazugekommen, positiv ist in diesem Zusammenhang das Ziel einer verbesserten politischen Bildung zu nennen. Das mangelnde Wissen großer Bevölkerungsteile über die EU stellt ein wesentliches Hindernis für die aktive politische Beteiligung dar.¹²¹ Allerdings sind viele der Vorschläge bereits aus früheren Diskussionen und Dokumenten bekannt, so auch das Streben nach mehr Bürgernähe und -beteiligung. Es geht prinzipiell nicht darum grundlegend neue Vorschläge zu formulieren, sondern die bereits bestehenden Ideen nachhaltig zu realisieren. Doch sind die Formulierungen des Weißbuches insgesamt sehr ungenau und vage gewählt. So bleibt den Akteuren genügend Spielraum für eigene Interpretationen, ohne dass sie sich der fehlenden Mitarbeit schuldig machen.¹²²

4. Partnerschaft für die Kommunikation über Europa

Die Resultate des Weißbuches über eine europäische Kommunikationspolitik veranlassten die Kommission zu der Verfassung des Dokuments „Partnerschaft für die Kommunikation über Europa“. Am 03. Oktober 2007 legte die Kommission diesen neuen Vorschlag vor, in dem sie die anderen EU-Organe und die Mitgliedstaaten zur Erarbeitung einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie anregt. Die Partnerschaft soll mittels einer interinstitutionellen Vereinbarung zwischen der Kommission, dem EP und dem Rat gefestigt werden, die die Vertiefung der Kooperation und positive Synergieeffekte ermöglicht. Die Kommission verfolgt mit diesem Strategiepapier das Hauptziel, die Arbeit der EU-Institutionen und der Mitgliedstaaten in ihrer Kohärenz und Synergie zu stärken, um die informations- und kommunikationspolitischen Ziele besser erreichen zu können.¹²³ Damit verbunden ist das Ziel, die Schuldzuweisungen der nationalen Regierungen gegenüber „Brüssel“ bei der Rechtfertigung von unliebsamen Entscheidungen vor den Bürgern („Brussels-Blaming“) zu beenden.¹²⁴

¹²¹ Vgl. Tham 2006, S. 7.

¹²² Vgl. ders., S. 6; Seeger 2006, S. 5.

¹²³ Vgl. Europäische Kommission 2007d, S. 4, 17; Spinei 2008; <http://ec.europa.eu>; http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Europa vermitteln – Partnerschaft für die Kommunikation über Europa.

¹²⁴ Vgl. Europäische Kommission – Vertretung in Deutschland 2007, S. 4.

Das Strategiepapier ist in vier übergeordnete Aufgabenbereiche unterteilt. Der erste Bereich „Kohärente und integrierte Kommunikationsarbeit“ befasst sich mit der angestrebten Integration der Bürgerkommunikation und Transparenz in die Formulierungen und Umsetzungen jeder Maßnahme. Darüber hinaus werden neben kommissionsinternen Maßnahmen, die Zusammenarbeit mit Mitgliedstaaten sowie Kommunikationsaktivitäten in Drittstaaten betont.¹²⁵

Wie bereits im Weißbuch festgehalten, wiederholt die Kommission im zweiten Punkt ihr Streben nach einer stärkeren Rolle der Unionsbürger. Um die Bürger zu erreichen und ihnen die Möglichkeit zur Kommunikation zu geben, ist Mehrsprachigkeit von großer Bedeutung. In Anbetracht der Sprachenvielfalt der EU, des zunehmenden Informationsumfangs und der begrenzten Ressourcen, soll ein kohärentes Konzept zum Umgang mit diesem Problemkomplex ausgearbeitet werden. Des Weiteren wird dem Bürger durch den Ausbau der Aktivitäten auf regionaler und lokaler Ebene entgegengekommen, wobei den Kommissionsvertretungen und den Verbindungsnetzen, wie beispielsweise die Europe Direct-Informationsstellen, eine besondere Bedeutung zukommen.¹²⁶ Schüler und Studenten rücken weiter in den Mittelpunkt der Kommunikationsbemühungen. Die Mitgliedstaaten werden zur intensiveren Integration von europäischen Themen in die Lehrpläne aufgerufen. Die Kommission sieht sich in der Rolle als Anbieter zusätzlicher Lehrprogramme, die unter anderem das Erlernen von Fremdsprachen, Auslandsaufenthalte und Besuche in den europäischen Institutionen zum Inhalt haben.¹²⁷

Die Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit soll mit Hilfe grenzüberschreitender Maßnahmen gefördert werden. Zu diesem Zweck sind die Beziehungen der Kommission zu den nationalen politischen Ebenen, sowie die Beziehungen der Politiker verschiedener Mitgliedstaaten untereinander zu stärken. Ergänzend erfolgt die Verbesserung der Kommunikation über die Medien. Hierbei steht die bessere Vermittlung von relevantem Nachrichtenmaterial durch die EU-Institutionen, die Vernetzung der Medienvertreter und die bessere Nutzung des Internets im Vordergrund. Die Überarbeitung der Eurobarometer-Umfragen und des Konsultationsprozesses als Analyseinstrumente der

¹²⁵ Vgl. Europäische Kommission 2007d, S. 4ff.

¹²⁶ Vgl. Europäische Kommission 2007d, S. 7f.

¹²⁷ Vgl. ders., S. 9f.; Europäische Kommission – Vertretung in Deutschland 2007, S. 5.

öffentlichen Meinung dient der Kontrolle des Entwicklungsprozesses zu einer europäischen Öffentlichkeit.¹²⁸

Der vierte Aufgabenbereich strebt die Stärkung des partnerschaftlichen Ansatzes an. Die Kommission betont diesbezüglich, dass sie „alle unmittelbar an Entscheidungsprozessen auf europäischer Ebene Beteiligten (...) in der Pflicht, zu informieren und zu erläutern“¹²⁹ sieht. Die Zusammenarbeit erfolgt auf EU-Ebene primär über die interinstitutionelle Gruppe „Information“, deren politischer Status und Legitimität ausgebaut werden soll. Der Ansatz geht über die europäische Ebene hinaus und soll auch Partnerschaften mit den unterschiedlichen nationalen Ebenen ermöglichen. Konkret schlägt die Kommission Verwaltungspartnerschaften mit interessierten Mitgliedstaaten vor, die unter Einbeziehung des EP die Erarbeitung von individuell ausgestalteten Kommunikationsplänen ermöglichen.¹³⁰

Die Kommission knüpft mit diesem Dokument an die Ergebnisse des vorangegangenen Konsultationsprozesses zum Weißbuch an. Die Inhalte sind daher nicht neu, werden nun aber als Vorschläge, die auf dem Konsens der eingegangenen Konsultationsbeiträge beruhen, präsentiert. Dabei werden die Formulierungen ansatzweise konkreter, so beispielsweise die Formulierung über die Pflicht zur Erläuterung und Information für EU-Akteure. Das Angebot zur freiwilligen Verwaltungspartnerschaft stellt ein gutes Instrument dar, um einerseits die Aktivitäten der verschiedenen Ebenen besser abzustimmen und andererseits das „Brussels-Blaming“ zu beenden. In Anknüpfung an diese Mitteilung erarbeitete die Kommission eine Internetstrategie, die als konkrete Maßnahme zur Verbesserung der Internetnutzung, speziell der EUROPA-Website, gedacht ist.¹³¹ Darüber hinaus unterzeichneten am 22. Oktober 2008 der Vizepräsident des Europäischen Parlaments Alejo Vidal-Quadras, der französische Staatssekretär Jean-Pierre Jouyet im Namen des Rates und die Vizepräsidentin der Europäischen Kommission Margot Wallström die gemeinsame Erklärung „Europa partnerschaftlich kommunizieren“.¹³² Der Partnerschaft über eine enge Zusammenarbeit wurde bisher jedoch nicht in befriedigender Weise entsprochen. Die vielseitigen Interessen der

¹²⁸ Vgl. Europäische Kommission 2007d, S. 11ff.

¹²⁹ Europäische Kommission 2007d, S. 14.

¹³⁰ Vgl. der., S. 14ff.; http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom/: Europa vermitteln – Partnerschaft für die Kommunikation über Europa.

¹³¹ Vgl. Europäische Kommission 2007c, S. 3.

¹³² Vgl. Europäische Kommission 2008b.

einzelnen Akteure auf nationaler und europäischer Ebene sowie konkurrierendes Denken stehen diesem Ziel entgegen. Dabei können erst durch eine umfassende Verständigung und Abstimmung untereinander gemeinsame Aktionen erfolgreich umgesetzt werden.

5. Europa vermitteln in Ton und Bild

Die Bedeutung der audiovisuellen Medien im Informations- und Kommunikationsprozess zwischen der EU und den Unionsbürgern wurde bereits in den früheren Strategiepapieren der Kommission erkannt und mit entsprechenden Vorschlägen zur besseren Zusammenarbeit untermauert. Trotzdem wird das Thema EU in den audiovisuellen Medien nach Ansicht der Kommission bisher nur ungenügend behandelt. Daher erarbeitete die Kommission im April 2008 das Dokument „Europa vermitteln in Ton und Bild“, das sich ausschließlich auf den Bereich der audiovisuellen Medien konzentriert.¹³³

Der Aktionsplan umfasst einerseits Kapitel, die sich mit der Berichterstattung über EU-Themen mittels audiovisueller Medien beschäftigen und gibt andererseits den EU-Institutionen Anregungen für eigene Initiativen. Die Strategie setzt sich insgesamt aus einem dreigliedrigen Konzept zusammen, das langfristig eine stärkere Präsenz der EU in den audiovisuellen Medien gewähren und die Umsetzung der informations- und kommunikationspolitischen Ziele unterstützen soll. Teil des Konzepts ist die Ermunterung der audiovisuellen Medienvertreter zum Beitritt oder zur Gründung von europäischen audiovisuellen Netzen. Seit dem 01. April 2008 besteht das europäische Netz diverser Radiosender „Euranet“, welches als Vorbild zur Schaffung eines Fernsehernetzes dienen soll. Zudem wird künftig mehr kostenloses, unbearbeitetes Ton- und Bildmaterial herausgegeben, die Produktion von Informations- und Dokumentationsvideos gesteigert und deren Verbreitung über Plattformen der Kommission verbessert.¹³⁴

Um die Berichterstattung im Rundfunk zu fördern, wird der Nachrichtengehalt auf Europe by Satellite gesteigert und die Sendekapazität verdoppelt. Dazu kommen der Ausbau der audiovisuellen Bibliothek der Kommission, die künftig alle audiovisuellen Produkte der Kommission verbreiten soll und die Einrichtung eines interaktiven EU-Terminkalenders im

¹³³ Vgl. http://ec.europa.eu/commission_barroso/wallstrom: Europa vermitteln – Audiovisuelle Strategie.

¹³⁴ Vgl. Europäische Kommission 2008c; Europäische Kommission 2008d, S. 3ff., 8; Europäische Kommission – Vertretung in Deutschland 2008, S. 7.

Internet. Dieser Terminkalender wird Informationen in Text, Bild und Ton zu geplanten EU-Ereignissen und -Projekten für die Medien bereit stellen.

Fernsehen und Radio sind die beliebtesten Informationskanäle der Unionsbürger und werden weitaus intensiver als Informationsquelle genutzt als Printmedien, daher verspricht sich die Kommission von der engen Kooperation mit diesen zwei Medientypen gute Erfolgchancen für die Umsetzung ihrer informations- und kommunikationspolitischen Zielsetzung, die Bürger besser über die EU zu informieren. Ein direkter Informationskanal für den Bürger ist der Fernsehsender EuroNews. Dieser produziert Live-Berichte, Nachrichten und Magazine zu politischen Themen und sendet die Beiträge weltweit in zehn Sprachen, darunter auch Arabisch, Türkisch und Russisch. Der Sender wird von der EU jährlich mit 10,8 Millionen EUR unterstützt.¹³⁵

Die finanzielle Unterstützung von EuroNews und weiteren TV- und Radiosendern sowie der Ausbau von Europe by Satellite stößt bei einigen Journalisten auf Kritik, da sie um die Unabhängigkeit der Berichterstattung fürchten. Zum Zweck der Vertragspartnerschaften mit den Medien hat die Kommission bereits im Jahr 2004 eine entsprechende EU-Redaktionssatzung aufgestellt, die in all ihre Verträge integriert wird und eine unabhängige Berichterstattung gewährleisten soll.¹³⁶ Die Schritte in Richtung einer verstärkten Radio- und Fernsehpräsenz sind für die Steigerung der Bekanntheit der EU, ihrer Institutionen und ihrer Arbeit unabdingbar. Jedoch muss der Neutralität und Transparenz bei der Berichterstattung durch die europäischen Akteure oberste Priorität zukommen, damit die EU nicht an Glaubwürdigkeit verliert und sie von den Bürgern ernst genommen werden kann. In den letzten Jahren konnten wichtige Fortschritte in diesem Bereich gemacht werden. Die Berichterstattung über die EU in den audiovisuellen Medien ist zunehmend und hat sich von einer rein positiven Sichtweise auf die EU distanziert.

6. Zwischenfazit

Grundlage der nach den Verfassungsreferenden umgesetzten informations- und kommunikationspolitischen Maßnahmen sind die ausgearbeiteten Strategiepapiere der Kommission. Darin verfolgt sie einen vielseitigen Ansatz, der sich einerseits an alle

¹³⁵ Vgl. Europäische Kommission 2008d, S. 4ff., 9f.

¹³⁶ Vgl. ders., S. 4.

Akteure der nationalen und europäischen Ebenen richtet und sich andererseits zunehmend an den Bedürfnissen der Bürger orientiert. Darüber hinaus integriert sie in ihren Ausarbeitungen sowohl Maßnahmen im Bereich der neuen audiovisuellen und der konventionellen Medien als auch der direkten Bürgerkommunikation. Die Kommission setzt mit ihren Vorschlägen an allen notwendigen Punkten an, doch können diese Maßnahmen nur mittels ausreichender finanzieller und personeller Ressourcen umgesetzt werden. Hier liegt eines der Hauptprobleme der informations- und kommunikationspolitischen Bemühungen. Die Ressourcen umfassen weder genügend Kommunikationsfachleute noch ein ausreichendes Budget. Doch auch die Verwendung des Budgets wird durch die umfassenden Finanzregelungen erschwert, so dass jährlich Budgetanteile unverwendet bleiben und die Planung und Realisierung der Projekte nur mühsam vorstättengeht.¹³⁷

In den Strategiepapieren hat sich eine inhaltliche Leitlinie herausgebildet, die mit den Schlagworten des Plan D zusammengefasst werden kann: Zuhören, Vermitteln und Kontakt vor Ort aufbauen. In diesen Prinzipien sind sich die Akteure grundsätzlich einig, jedoch wird die Notwendigkeit einer intensiveren Informations- und Kommunikationspolitik von vielen verantwortlichen Entscheidungsträgern weit hinter andere politische Belange gestellt. Nicht nur auf europäischer Ebene müssen die Verantwortlichen aktiver werden. Zum Beispiel gilt dies auch für die politischen Parteien und ihre Wahlvorbereitungen zur Europawahl. Die Vorbereitungen zeichnen sich maßgeblich durch ein minimales Budget und Wahlprogramme, die nationale Themen in den Vordergrund stellen, aus.

Die Bemühungen der Kommission, die Informations- und Kommunikationspolitik zu verbessern, zeugen vom Willen zur Veränderung, trotzdem bleiben die Formulierungen im Ganzen vage und unverbindlich. Den Akteuren wird somit ein relativ großer Freiraum für die Umsetzung gegeben, so dass sie noch immer nach ihren eigenen Prioritäten handeln können. Unabhängig von der Qualität der Maßnahmen und der Ressourcenausstattung muss sich zuerst ein Wandel im Verständnis für die Bedeutung der Informations- und Kommunikationspolitik durchsetzen. Den Akteuren muss erst bewusst werden, dass ein Europa ohne Bürger nicht funktioniert, dann ist auch eine erfolgreiche Politik möglich.

¹³⁷ Vgl. Brüggemann 2008, S. 275.

VI. Zusammenfassende Bewertung und Ausblick

Die vorliegende Arbeit verfolgte das Ziel festzustellen, ob eine gemeinsame Informations- und Kommunikationspolitik der EU möglich ist, ob eine solche gemeinsame Politik existiert und wo ihre Grenzen und Potenziale liegen.

Die Leitfrage nach der Existenz einer gemeinsamen Informations- und Kommunikationspolitik der EU kann nach Abschluss der Untersuchung mit einem Ja für die theoretischen Ausarbeitungen und einem überwiegenden Ja für die praktische Umsetzung beantwortet werden. Im Vertrag von Lissabon und der Charta der Grundrechte der EU lassen sich beispielsweise rechtliche Grundsätze finden, die auf eine gemeinsame Politik in diesem Bereich hinweisen und diese fordern (siehe Kapitel II).

Mit der Jahrtausendwende und besonders seit den Ereignissen 2005 hat sich die EU insgesamt und die Kommission im Besonderen verstärkt um die Verbesserung der Europainformation und -kommunikation bemüht. Dies wird durch die Veränderungen in den informations- und kommunikationspolitischen Strukturen der Organe, die Schaffung neuer Instrumente und Einrichtungen (z. Bsp. Debate Europe, Europe Direct-Informationsnetz) sowie durch die Ausarbeitung der verschiedenen Strategiepapiere deutlich. Die Bemühungen brachten in vielen Fällen nicht die erhofften Ergebnisse hervor, jedoch sind auch eindeutige Fortschritte zu erkennen, beispielsweise in der zunehmenden Medienpräsenz der EU.

Ungeachtet der bestehenden Schwierigkeiten und auch der internen Hindernisse bei der Realisierung der vorgeschlagenen Maßnahmen lassen deren akteurübergreifende Methode und die Einbeziehung sämtlicher Ebenen bei der Umsetzung auf eine im Ansatz existierende gemeinsame Informations- und Kommunikationspolitik der EU schließen. Die EU versucht langfristig durch die bewusste Einflussnahme auf die verschiedenen Informations- und Kommunikationskanäle eine europäische Öffentlichkeit zu schaffen und die EU als feste Konstante in das politische Bewusstsein der Bürger zu integrieren.

Trotz der Komplexität der EU ist es unabdingbar eine gemeinsame Politik zu verfolgen, nur dadurch können die Bürger langfristig überzeugt und die Ziele nachhaltig umgesetzt werden. Zudem reichen die begrenzten Ressourcen der einzelnen Organe und Einrichtungen nicht aus, um selbstständig eine intensive Politik zu betreiben. Die

Zusammenarbeit verhindert, dass sich die EU in kleinen, sich überschneidenden Aktionen verliert und gegensätzliche Methoden die Einheit der EU in Frage stellen. Die Komplexität zeigt aber auch Grenzen auf. Die EU wird auch in Zukunft nicht mit einer Stimme sprechen und keine durchgängig einheitliche Vorgehensweise durchsetzen können. Allerdings wäre dies auch eher nachteilig, da so die Vielfältigkeit der EU nicht vermittelt würde und folglich identifikationsstiftende Charakteristika für den Bürger wegfielen. Es liegt in der Verantwortung der Kommunikatoren die EU als Einheit zu vermitteln aber auch die eigene Position in diesem Gefüge zu verdeutlichen und gegenüber anderen Positionen abzugrenzen.

Die EU muss sich besonders darauf konzentrieren das bestehende Potenzial besser zu nutzen. Das heißt vor allem, parallele Strukturen zusammenzulegen, Ressourcen an die individuellen Bedingungen anzupassen und die Bekanntheit der bestehenden Einrichtungen und Instrumente zu fördern. An der Ausarbeitung grundsätzlich neuer Herangehensweisen und Strukturen besteht kein Bedarf. Die aktuelle wirtschaftliche Situation in Europa deutet allerdings nicht darauf hin, dass die EU die finanziellen und personellen Ressourcen der Informations- und Kommunikationsstellen aufstocken wird. Daher ist in naher Zukunft nicht mit einem groß angelegten Programm zur Europainformation und -kommunikation zu rechnen. Ein in der Wirtschaftskrise einig und verantwortungsbewusst handelndes Europa kann seiner Bekanntheit und Beliebtheit aber ebenso zuträglich sein und eine nachhaltigere Wirkung entfalten als jegliche Informationskampagnen.

Die Informations- und Kommunikationspolitik der EU in wirtschaftlichen oder politischen Krisenzeiten kann sich durchaus als weiterführendes Forschungsthema anbieten. Kann die EU die Vorteile einer staatenübergreifenden Gemeinschaft angesichts einer konkreten Problemsituation überzeugend darstellen und somit das Vertrauen der Bürger gewinnen? Im Bereich der politischen Bildung bietet sich ebenso Spielraum für weitere Forschungsansätze an. Wie kann die EU die politische Bildung der Unionsbürger über Europa verbessern, ohne die nationalen Zuständigkeiten in diesem Politikfeld zu verletzen? Welche Möglichkeiten gibt es für eine verbesserte Unterrichtung der Kinder und Jugendlichen in der Schule? Darüber hinaus bestehen noch immer große Hürden in der transnationalen Zusammenarbeit in Bezug auf Bildung und Medien, um nur zwei wichtige Beispiele zu nennen. Die Frage nach den Mitteln und Wegen zur Verbesserung

der transnationalen Zusammenarbeit in den verschiedensten Bereichen bietet noch Raum für weitere Forschungen.

Natürlich gibt es auf den ersten Blick viel dringendere Fragen in der EU als eine gut funktionierende Informations- und Kommunikationspolitik. Wie soll beispielsweise weiter mit der Staatsverschuldung Griechenlands umgegangen werden oder mit der Wirtschaftskrise? Über all diesen politisch brisanten Themen darf aber nicht das große Ziel der EU aus den Augen verloren werden – dauerhaften Frieden und Wohlstand in Europa zu schaffen. Dafür brauchen wir die Europäische Union und diese kann auf Dauer nur Bestand haben, wenn die Bürger ihr vertrauen und sie befürworten. Und genau dafür ist eine gut funktionierende Informations- und Kommunikationspolitik von grundlegender Bedeutung.

VII. Literatur- und Quellenverzeichnis

1. Primärquellen

Amtsblatt der Europäischen Union (2009): Verordnung des Rates vom 01. Dezember 2009 zur Änderung seiner Geschäftsordnung (2009/937/EU), Jg. 52, L 325, Luxemburg.

[<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:325:FULL:DE:PDF>, Zugriff am 26.01.2010]

Europäische Kommission (2001): Interaktive Politikgestaltung: Kommission eröffnet Website "Ihre Stimme in Europa", IP/01/1459, Brüssel.

Europäische Kommission (2002): Hin zu einer verstärkten Kultur der Konsultation und des Dialogs - Allgemeine Grundsätze und Mindeststandards für die Konsultation betroffener Parteien durch die Kommission, KOM(2002)704 endg., Brüssel.

Europäische Kommission (2005a): Der Beitrag der Kommission in der Zeit der Reflexion und danach: Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion, KOM(2005) 494 endg., Brüssel.

Europäische Kommission (2005b): Das Europe Direct-Kontaktzentrum – Hintergrundinformationen, MEMO/05/151, Brüssel.

Europäische Kommission (2005c): Die Europäische Union vor Ihrer Haustür: eine neue Generation von Informationsrelais, IP/05/544, Brüssel.

Europäische Kommission (2005d): Gemeinsame Erklärung des Präsidenten des Europäischen Parlaments, Josep Borrell Fontelles, des Präsidenten des Europäischen Rates, Jean-Claude Juncker und des Präsidenten der Europäischen Kommission, José Manuel Barroso zu den Ergebnissen des französischen Referendums über die Europäische Verfassung, IP/05/627, Brüssel.

Europäische Kommission (2005e): Aktionsplan für eine bessere Kommunikationsarbeit der Kommission zu Europa, SEC/2005/985 endg., Brüssel.

Europäische Kommission (2006): Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik, KOM (2006) 35 endg., Brüssel.

Europäische Kommission (2007a): Vorschlag für eine Interinstitutionelle Vereinbarung – Partnerschaft für die Kommunikation über Europa, KOM (2007) 569 endg., Brüssel.

Europäische Kommission (2007b): EUTube – Europa hören und sehen auf YouTube, IP/07/974, Brüssel.

Europäische Kommission (2007c): Das Internet als Medium für die Kommunikation über Europa – die Bürgerinnen und Bürger einbeziehen, SEC/2007/1742, Brüssel.

Europäische Kommission (2007d): Partnerschaft für die Kommunikation über Europa, KOM (2007) 568 endg., Brüssel.

Europäische Kommission (2008a): Debate Europe – Auf den Erfahrungen mit Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion aufbauen, KOM (2008) 158 endg., Brüssel.

Europäische Kommission (2008b): EU-Institutionen vereinbaren gemeinsame Vorgehensweise für eine bessere Kommunikation mit den Bürgern, IP/08/1568, Brüssel.

Europäische Kommission (2008c): Bessere Kommunikation durch audiovisuelle Medien, IP/08/640, Brüssel.

Europäische Kommission (2008d): Europa vermitteln in Ton und Bild, SEC(2008)506/2, Brüssel.

Europäische Kommission (2009a): Neustart für Europe-Direct-Informationsnetz, IP/09/256, Brüssel.

Europäische Kommission (2009b): Arbeitsprogramm für 2009 im Hinblick auf Zuschüsse zur Finanzierung der Trägereinrichtungen für EUROPE-DIRECT-Informationszentren in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union, Haushaltslinie 16.03.01 Informationsrelais, o.O.

Europäische Kommission (2009c): Standard Eurobarometer 72, Annexe of the full report – vol 1, Brüssel.

[http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb72/eb72_en.htm]

Europäischer Rat (2005): Erklärung der Staats- und Regierungschefs der Mitgliedstaaten der Europäischen Union zur Ratifizierung des Vertrags über eine Verfassung für Europa (Tagung des Europäischen Rates am 16./17. Juni 2005), Doc/05/3, Brüssel.

Haushaltsausschuss des Europäischen Parlaments (2007): Die Informations- und Kommunikationspolitik: Haushaltsbezogene Aspekte, Arbeitsdokument Nr. 6, o.O.

Wallström, Margot (2006): Presentation of the White Paper, in: European Citizen Action Service (Hrsg.): Draft Report: Will it work? An Open Debate on the Commission White Paper on a European Communication Policy, Brüssel.

[http://www.friendsofeurope.org/Portals/6/Documents/Reports/SoD_Will%20It%20Work_ECAS.pdf, Zugriff am 14.02.2010]

2. Sekundärquellen

Altides, Christina (2008): Auf der Suche nach einer reformierten Kommunikationspolitik, in: Sarcinelli, Ulrich/Tenscher, Jens (Hrsg.): Politikherstellung und Politikdarstellung. Beiträge zur politischen Kommunikation, Köln.

Anderson, Peter J./McLeod, Aileen (2004): The Great Non-Communicator? The Mass Communication Deficit of the European Parliament and its Press Directorate, in: Journal of Common Market Studies, Jg. 42, Heft Nr. 5.

Bauer, Michael, u.a. (2005): Der Plan D der Europäischen Kommission und die Reflexionsphase zur Verfassung und Zukunft der Europäischen Union, in: CAP aktuell, Nr. 3, München.

[<http://www.cap-lmu.de/publikationen/2005/cap-aktuell-2005-03.php>, Zugriff am 03.02.2010]

Bender, Peter (1997): Europa als Gegenstand der politischen Kommunikation – eine vergleichende Untersuchung der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit von Europäischer Kommission, Europäischem Parlament und Regierungen ausgewählter EU-Mitgliedstaaten, Diss. Univ. Freiburg i. Br.

Brüggemann, Michael (2008): Europäische Öffentlichkeit durch Öffentlichkeitsarbeit? Die Informationspolitik der Europäischen Kommission, Wiesbaden.

Daniel, Evelyn (2000): Information Policy, Chapel Hill.

[<http://www.ils.unc.edu/daniel/info-policy.html>, Zugriff am 19.02.2010]

De Vreese, Claes (2003): Communicating Europe, Amsterdam.

[<http://fpc.org.uk/fsblob/89.pdf>, Zugriff am 27.01.2010]

Diedrichs, Udo (2009): Europäische Kommission, in: Weidenfeld, Werner/Wessels, Wolfgang (Hrsg.): Europa von A bis Z. Taschenbuch der europäischen Integration, 11. Aufl., Berlin.

Europäische Kommission – Vertretung in Deutschland (2007): Neuer Schub für die europäische Öffentlichkeitsarbeit. Aus für den „Schwarzen Peter“, in: EU-Nachrichten, Nr. 33, Berlin.

Europäische Kommission – Vertretung in Deutschland (2008): Mehr Bild und Ton aus Brüssel. Europäische Politik will Bürger besser erreichen, in: EU-Nachrichten, Nr. 16, Berlin.

Europäisches Parlament (2009): Der Aufbau eines Parlaments: 50 Jahre Geschichte des Europäischen Parlaments 1958-2008, Luxemburg.

European Citizen Action Service (2007): Conference Report: Is the EU Really Listening to Citizens? The ABC of Participatory Democracy Methods, Brüssel.
[<http://www.ecas-citizens.eu/content/view/279/237/>, Zugriff am 09.02.2010]

FAZ.Net (2005): Ein klares „Nee“ zur EU-Verfassung, Frankfurt a.M.
[<http://www.faz.net/s/Rub99C3EECA60D84C08AD6B3E60C4EA807F/Doc~E5523CB1578CF4D0DAF78930A7F633945~ATpl~Ecommon~Sspezial.html>, Zugriff am 16.02.2010]

Generalsekretariat des Rates der Europäischen Union (2008): Einführung in den Rat der Europäischen Union, Brüssel.
[http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/librairie/PDF/DE_IntroConseil_INT.pdf, Zugriff am 24.01.2010]

Hartwig, Ines/Umbach, Gaby (2009): Rat der EU, in: Weidenfeld, Werner/Wessels, Wolfgang (Hrsg.): Europa von A bis Z. Taschenbuch der europäischen Integration, 11. Aufl., Berlin.

Jenkner, Carolin (2007): EU-Tube: Erotik gegen Europa-Verdrossenheit, in: Spiegel Online, Hamburg.
[<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,492158,00.html>, Zugriff am 24.01.2010]

Krempl, Stefan (2010): EU-Parlament kippt SWIFT-Abkommen zum Bankdatentransfer, Hannover.

[<http://www.heise.de/newsticker/meldung/EU-Parlament-kippt-SWIFT-Abkommen-zum-Bankdatentransfer-927932.html>, Zugriff am: 19.02.2010]

Maurer, Andreas (2009): Europäisches Parlament, in: Weidenfeld, Werner/Wessels, Wolfgang (Hrsg.): Europa von A bis Z. Taschenbuch der europäischen Integration, 11. Aufl., Berlin.

Meyer, Christoph O. (2002): Europäische Öffentlichkeit als Kontrollsphäre: Die Europäische Kommission, die Medien und politische Verantwortung, in: Kopper, Gerd G. (Hrsg.): Informationskultur in Europa, Bd. 2, Berlin.

Quittkat, Christine (2008): Wirklich näher am Bürger? Konsultationsinstrumente der EU-Kommission auf dem Prüfstand, in: Neue Soziale Bewegungen, Jg. 21, Heft Nr. 2.

Ronneberger, Franz (2002): Ziele und Formen der Kommunikationspolitik, in: Haas, Hannes/Langenbacher, Wolfgang R. (Hrsg.): Medien- und Kommunikationspolitik. Ein Textbuch zur Einführung, Wien.

Sangaletti, Cédric (o.J.): Die Transparenz im Rat der Europäischen Union, o.O.

[http://www.ena.lu/transparenz_rat_europaischen_union-3-26678, Zugriff am 27.01.2010]

Schatz, Heribert (2000): Medienpolitik, in: Holtmann, Everhard (Hrsg.): Politiklexikon, 3. Aufl., München/Wien.

Schmuck, Otto (2006): Motive, Leitbilder und Etappen der europäischen Einigung, in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur politischen Bildung, Heft Nr. 279, München.

Schubert, Klaus/Klein, Martina (2007): Politiklexikon, 4., aktual. Aufl., Bonn.

Seeger, Sarah (2006): Das Weißbuch der Kommission über eine europäische Kommunikationspolitik – ein Neuanfang europäischer Kommunikation, in: CAP aktuell, Nr. 1, München.

[<http://www.cap-lmu.de/publikationen/2006/cap-aktuell-2006-01.php>, Zugriff am 04.02.2010]

Seeger, Sarah (2007): Rotation in the Council – Bringing Citizens closer to the EU?, in: CAP Policy Analysis, Nr. 6, München.

[<http://www.cap-lmu.de/publikationen/2007/cap-policy-analysis-2007-06.php>, Zugriff am 27.01.2010]

Sheehy, Helen M. (1997): A community closer to its citizens: The European Union's use of the internet, in: Government Information Quarterly, Jg. 14, Heft Nr. 2.

Spinei, Christina (2008): Gemeinsame Politiken. Kultur und Bildung. Kommunikationspolitik, o.O.

[http://www.europarl.europa.eu/parliament/expert/displayFtu.do?language=de&id=74&ftuId=FTU_4.17.7.html, Zugriff am: 04.02.2010]

Stern.de (2005): Franzosen lehnen die EU-Verfassung ab, Hamburg.

[<http://www.stern.de/politik/ausland/eu-referendum-franzosen-lehnen-die-eu-verfassung-ab-550419.html>, Zugriff am 16.02.2010]

Tham, Barbara (2006): Eine neue europäische Informations- und Kommunikationspolitik?, in: CAP aktuell, Nr. 4, München.

[<http://www.cap-lmu.de/publikationen/2006/cap-aktuell-2006-04.php>, Zugriff am 04.02.2010]

Wolf, Birgit/Ettl-Huber, Silvia (2007): Potentials in Communication to Increase EU-Acceptance. A Study for the Project "Forum for Europe", in: Institut für den Donaauraum und Mitteleuropa (Hrsg.): Studien des Instituts für den Donaauraum und Mitteleuropa, Nr.4, Wien.