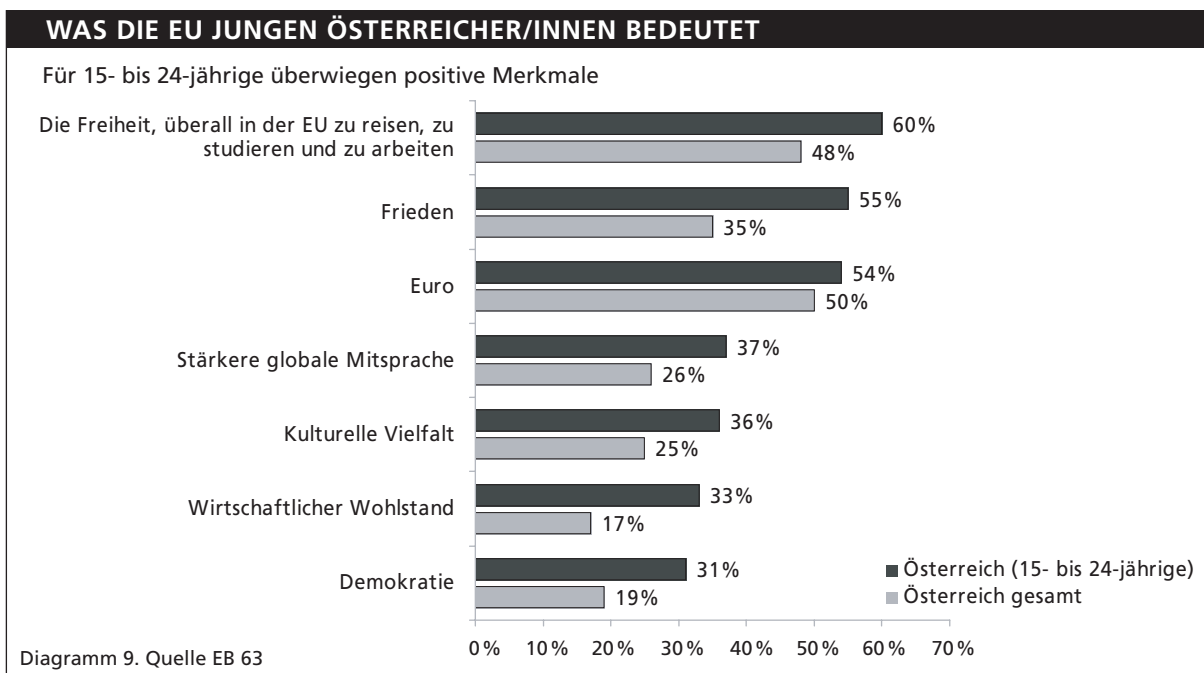




<b>Sonderlösung für Dänemark</b>	<p>dums in Dänemark für die Annahme des Vertrags über die Europäische Union (Vertrag von Maastricht) gemacht. Im Mai 1992 nahm das dänische Parlament den Maastrichter Vertrag mit 125 Ja-Stimmen gegenüber 25 Nein-Stimmen an. Nach der dänischen Verfassung muss für jede Gesetzesvorlage, die die Übertragung von Befugnissen an supranationale Behörden beinhaltet, eine Volksabstimmung durchgeführt werden. Am 2. Juni 1992 wurde der Maastrichter Vertrag der dänischen Bevölkerung zur Abstimmung vorgelegt, die ihn mit 50,7 % der Stimmen ablehnte. Da der Vertrag vor Inkrafttreten von allen Mitgliedstaaten ratifiziert werden musste, fand der Europäische Rat von Edinburgh im Dezember 1992 folgende Lösung<sup>1</sup>: Um den dänischen Anliegen Rechnung zu tragen, legte der Europäische Rat Bestimmungen fest, die ausschließlich für Dänemark und keinen anderen Mitgliedstaat gelten, weder jetzt noch in Zukunft. Auf der Grundlage dieser Erklärungen wurde am 18. Mai 1993 ein zweites Referendum durchgeführt. Dabei wurde der Vertrag mit 56,8 % der Stimmen angenommen.</p>
<b>Transparenz, Bürgernähe und Kohärenz</b>	<p>In der Folge ernannte der damalige Kommissionspräsident Jacques Delors 1993 den Portugiesen João de Deus Pinheiro zum Kommunikationskommissar. Dieser erarbeitete 1993 ein neues Konzept für die Informations- und Kommunikationspolitik mit den Grundsätzen Transparenz, Bürgernähe und Kohärenz. Im Jahr 1999 forderte der Europäische Rat auf seiner Tagung in Helsinki das Europäische Parlament und die Kommission auf, gemeinsam eine koordinierte allgemeine Informationspolitik zu entwickeln und die vorhandenen Ressourcen optimal zu nutzen. Daraufhin nahm die Kommission im Jahr 2001 eine Mitteilung zu einem neuen Rahmen für die Zusammenarbeit bei Maßnahmen im Bereich der Informations- und Kommunikationspolitik der Europäischen Union<sup>2</sup> an. Darin werden die übrigen Institutionen und Organe der Union sowie die Mitgliedstaaten aufgefordert, sich an der Neugestaltung der Informationspolitik zu beteiligen.</p>
<b>Zielgruppenorientierte Information</b>	<p>Die Kernstücke dieser Mitteilung waren grundsätzlich dieselben wie vor 8 Jahren: Transparenz, Bürgernähe, Kohärenz. António Vitorino, der von 1999 bis 2004 für Information zuständige Kommissar für Inneres und Justiz, begrüßte die „neue“ Politik mit den Worten: „Dieser neue Ansatz im Informations- und Kommunikationsbereich ist notwendig, um der Unkenntnis und Gleichgültigkeit gegenüber der Europäischen Union zu begegnen und die BürgerInnen in die europäische Debatte einzubinden.“<sup>3</sup> Neu war die Erkenntnis, dass zielgruppenorientierte Information nötig ist. Die Europäische Kommission hat damit erkannt, dass mit von Brüssel gesteuerten Informationskampagnen die unterschiedlichen Mentalitäten und Befindlichkeiten der Menschen in den Mitgliedstaaten nicht berücksichtigt werden können.</p>
<b>Wichtige Rolle der Mitgliedstaaten</b>	<p>Die wichtige Rolle der Mitgliedstaaten wurde bei der Verbreitung von Informationen über EU-Fragen erstmals anerkannt. Es war zudem auch der politische Wille vorhanden, die Öffentlichkeit stärker in den europäischen Integrationsprozess einzubeziehen.</p>
<b>„Eurobarometer“-Umfragen</b>	<p>Die mit der voranschreitenden Integration zunehmende Verflechtung von politischen und gesellschaftlichen Entscheidungen in Europa bedeutet, dass diese Entscheidungen immer stärker die BürgerInnen direkt betreffen. Das Handeln der nationalen Regierungen und der europäischen Institutionen (EU-Kommission, EU-Parlament, Europäischer Gerichtshof, Europäische Zentralbank etc.) muss deshalb vermittelt und an den Willen der EU-BürgerInnen gebunden werden.</p>
<b>„Eurobarometer“-Umfragen</b>	<p>Die Beobachtung der öffentlichen Meinung in der Europäischen Union spielt dabei eine wichtige Rolle. Seit 1973 werden im Auftrag der Europäischen Kommission mindestens zweimal jährlich – im Frühjahr und Herbst – die „Eurobarometer“-Umfragen in den Mitgliedsländern der EU durchgeführt. Diese Umfragen dienen als Grundlage für die Öffentlichkeitsarbeit der EU-Institutionen.<sup>4</sup></p>



Der Eurobarometer-Bericht aus dem Frühjahr 2005 zeigt, dass für die Jugendlichen die positiven Merkmale einer EU-Mitgliedschaft überwiegen. Am positivsten bewerten sie die Möglichkeit, in anderen EU-Ländern zu studieren und zu arbeiten. Auch der Friedensgedanke spielt eine große Rolle.

Quelle: [http://europa.eu.int/comm/public\\_opinion/archives/eb/eb63/eb63\\_nat\\_at.pdf](http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb/eb63/eb63_nat_at.pdf) © European Community, 2005

## Informationskampagne zur Volksabstimmung am 12. Juni 1994

Am 12. Juni stimmten 66,6 % der österreichischen Bevölkerung für den EU-Beitritt und 33,4 % dagegen. Die Wahlbeteiligung war mit 82,4 % sehr hoch. Die Delegation der Europäischen Kommission in Wien sah ihre Aufgabe in der sachlichen Information über den Beitritt Österreichs zur Europäischen Union. Neben zahlreichen Medienauftritten des damaligen Leiters der Delegation, Botschafter Corrado Pirzio-Biroli, tourte ein Info-Bus durch die Bundesländer, um die Bürgerinnen und Bürger vor Ort zu informieren.

**KAMPAGNE DER ÖSTERREICHISCHEN BUNDESREGIERUNG ZUM EU-BEITRITT ÖSTERREICHS**

Die Bundesregierung führte ihre eigene Informationskampagne. Diese zielte darauf ab, einen gewissen Grad an Interesse für den EU-Beitritt zu erzeugen. 1992 waren noch 85 % der Bevölkerung wenig oder gar nicht interessiert. Es wurde eine Hotline, das „Europa Telefon“ im Bundeskanzleramt eingerichtet. Damit wollte man den direkten Draht zur Bevölkerung finden und Ängste und Vorurteile abbauen. PolitikerInnen stellten sich den Fragen der BürgerInnen. Unter dem Logo „Europa – Wir sind Europa“ wurde

zusammen mit den Info-Netzwerkpartnern, wie Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer, Landwirtschaftskammer, Industriellenvereinigung, Österreichischer Gewerkschaftsbund, ORF und Printmedien, eine Informationskampagne für den Beitritt Österreichs zur Europäischen Union geführt. In ganz Österreich wurde mit Plakaten, Werbespots und Inseraten in den Zeitungen für den Beitritt geworben. Informationsbroschüren zu diversen Themen wie Steuern, Umwelt, Lebensmittelkennzeichnung, Produkthaftung wurden verteilt. Videofilme und Medienkoffer wurden an den Schulen verteilt. Mit Informationsständen auf Bahnhöfen, U-Bahn-Stationen, Einkaufszentren und Europafesten suchte man den direkten Kontakt mit den BürgerInnen.

## Informationsarbeit aus persönlicher Sicht

**1989 Beitritts-  
ansuchen  
Österreichs**

**Sachbezoge-  
ne Informa-  
tionsarbeit  
ohne Propa-  
ganda**

Die Geburtsstunde der Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission in Österreich schlug 1989, als die Delegation der Europäischen Kommission bilateral wurde. Im selben Jahr wurde das Beitrittsansuchen Österreichs in Brüssel abgegeben, das Interesse der Bevölkerung war bis 1992 noch gering, stieg aber im Zuge der kontroversiellen Diskussionen und erreichte seinen Höhepunkt im Jahr 1994, als die Volksabstimmung über den Beitritt Österreichs zur Europäischen Union abgehalten wurde. Die Informationsarbeit der Delegation der Europäischen Kommission in Österreich unterschied sich in wesentlichen Punkten von jener der Bundesregierung und ihrer Info-Netzwerkpartner. Es gab strikte Anweisungen aus Brüssel, sich aus den nationalen Debatten herauszuhalten und sich auf eine rein sachbezogene Informationsarbeit ohne Propaganda zu beschränken. Es war dies auch zwingend notwendig, ansonsten wäre man zum Spielball der Parteien mit verschiedenen Interessen geworden. Die ÖVP und auch die SPÖ waren für den EU-Beitritt,



Anneliese Friedrich-Mulley, Leiterin der Informationsstelle und Bibliothek, vor dem Info-Bus der Delegation der Europäischen Kommission.  
© Friedrich-Mulley

die Grünen skeptisch und die FPÖ strikt dagegen. Die Aufgabe der Europäischen Kommission war es, die Bevölkerung über die Arbeitsweise und Zusammensetzung der EU-Institutionen, das Gemeinschaftsrecht und die verschiedenen Politikbereiche wertfrei zu informieren. Die Aufgabe der MitarbeiterInnen der Delegation der Europäischen Kommission war es, unbegründete Ängste abzubauen und verzerrt dargestellte Tatsachen zu berichtigen, aber auch nichts zu beschönigen. Ein wichtiger Bestandteil der Informationsarbeit bestand auch darin, die wirtschaftlichen Akteure bei der Anpassung an das Gemeinschaftsrecht der Europäischen Union zu unterstützen.

**Europäische  
Dokumentati-  
onszentren**

**Info-Points**

**Europe-Direct**

Unterstützt wurde die Delegation bei ihrer Informationsarbeit von starken Netzwerkpartnern. Es war klar, dass ohne die Hilfe dieser Multiplikatoren keine flächendeckende Informationsarbeit geleistet werden konnte. 1993 wurde mit dem Aufbau der Dokumentationszentren begonnen. Die EDZ (Europäischen Dokumentationszentren) sind Hochschuleinrichtungen angeschlossen. Sie unterstützen diese bei Unterricht und Forschung im Bereich der Europäischen Integration durch Bereitstellung von Informationsquellen und gewähren den Zugang zu Dokumenten aller Europäischen Institutionen. 1994 wurden die ersten Info-Points eingerichtet. Dies sind Servicestellen für die BürgerInnen als direkte Ansprechpartner für die Beantwortung EU-relevanter Fragen. Mittlerweile wurden diese umbenannt in Europe-Direct und sind in allen Bundesländern angesiedelt. Die Europäische Kommission unterstützt diese Netzwerke mit finanziellen Beiträgen, Schulungen und Informationsmaterialien. Weitere Netzwerke für KonsumentInnen und spezifische Berufsgruppen wie LandwirtInnen, UnternehmerInnen und ForscherInnen unterstützen die Europäische Kommission bei ihrer Aufgabe, Informationen bürgernahe und transparent zu vermitteln.

**Verstärkte  
Informations-  
arbeit**

„Demokratiedefizit“ und häufiger „Informationsdefizit“ sind nach wie vor im Zusammenhang mit der Europäischen Union häufig verwendete Begriffe.<sup>5</sup> Dessen sind sich auch die Organe der Europäischen Union bewusst und versuchen dem Demokratiedefizit durch die Verfassung für Europa und dem Informationsdefizit durch die verstärkte Informationsarbeit der Generaldirektion Presse und Kommunikation durch die EU-Kommissarin und Kommissions-Vizepräsidentin Margot Wallström entgegenzuwirken.

## Hat man aus der Vergangenheit gelernt?

Im August 2004 wurde die bisherige Kommissarin für Umwelt Margot Wallström vom designierten Präsidenten der Europäischen Kommission José Manuel Barroso zur Kommissarin für Institutionelle Beziehungen und Kommunikation ernannt. Der Kommissionspräsident Barroso hat diesen neuen Posten geschaffen, um die Kommunikationsstrategie zu verbessern, mit der „Europa“ den BürgerInnen vermittelt werden soll. Man hat erkannt, dass die bisherige Informationspolitik zu wenig auf die Bedürfnisse der einzelnen Mitgliedstaaten und deren BürgerInnen eingegangen ist. Von einem Scheitern wollte man nicht sprechen, aber sehr wohl von einer Neuausrichtung.

**Kommission für Institutionelle Beziehungen und Kommunikation**

Auf Fragen nach Einzelheiten der neuen Kommunikationsstrategie bei ihrem Hearing vor dem Europäischen Parlament vor ihrem Amtsantritt 2004 unterstrich Wallström die Rolle der Informationsbüros der Kommission in den Mitgliedstaaten, die zusammen mit den Büros des Parlaments den Auftrag hätten, so unbürokratisch wie möglich zu arbeiten, um den BürgerInnen die Bedeutung der Union in einer einfachen Sprache nahe zu bringen. Als Beispiel nannte sie die Schulen als einen der Brennpunkte der künftigen Kommunikationsbemühungen.

**Unbürokratisch und in einfacher Sprache**

Im Juli präsentierte Kommissarin Wallström den Aktionsplan für eine bessere Kommunikationsarbeit der Kommission zu Europa<sup>6</sup>. In diesem Plan sind die Schwachstellen der bisherigen Kommunikationsstrategie aufgezeigt:

- ▶ Ständige Fragmentierung der Kommunikationstätigkeit auf Grund mangelnder Koordinierung und Planung und ein damit einhergehender Effizienzverlust.
- ▶ Die Botschaften vermitteln die politischen Prioritäten, spiegeln aber nicht unbedingt die Interessen, Bedürfnisse und Anliegen der BürgerInnen wider: Die derzeit laufenden Kampagnen sind an die politischen Eliten und die Medien gerichtet; sie zeigen nicht in direkter und verständlicher Weise auf, welche Vorteile mit bestimmten Maßnahmen verbunden sind und wie sie sich konkret im Alltagsleben der BürgerInnen auswirken.
- ▶ Unangemessene Durchführung: Die Strategien, die die Kommission in der Vergangenheit verabschiedet hat, waren zu sehr auf die Finanzierung von Kampagnen und zu wenig auf den Dialog und eine pro-aktive Kommunikation ausgerichtet.



Margot Wallström, Vizepräsidentin der Kommission, EU-Kommissarin für Institutionelle Beziehungen und Kommunikationsstrategie © European Community, 2005

Drei strategische Grundsätze liegen diesem Aktionsplan, mit dem das Interesse und Vertrauen der Menschen gewonnen werden soll, zu Grunde:

- ▶ Zuhören
- ▶ Kommunizieren
- ▶ Zuwendung zu den BürgerInnen durch verstärkte Kommunikation auf lokaler Ebene

Damit war Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion<sup>7</sup> geboren: nicht als Rettungsmaßnahme für die Verfassung, sondern um eine umfassendere Diskussion zwischen den demokratischen Organen der Europäischen Union und ihren BürgerInnen anzuregen. Diese Debatte ist als Ergänzung zu den bereits bestehenden oder vorgeschlagenen Initiativen und Programmen, beispielsweise in den Bereichen Bildung, Jugend, Kultur und Förderung der aktiven Unionsbürgerschaft, zu sehen. Kommissarin Wallström will mit diesen Maßnahmen das Vertrauen der BürgerInnen in die Europäische Union, welches laut Eurobarometer-Umfragen<sup>8</sup> in der letzten Zeit gesunken ist, wiedergewinnen. Alle Mitgliedstaaten haben sich verpflichtet, umfassende nationale Debatten über die Zukunft Europas zu führen.

**Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion**

