

ANHANG

DE

Arbeitsprogramm 2023 im Bereich Kommunikation

[„Die Kommissionsmitglieder werden sich dafür einsetzen, die Menschen und die für sie arbeitenden Institutionen einander näherzubringen und die Kluft zwischen Erwartung und Wirklichkeit zu verringern, und darüber reden, was Europa tut. (...)

Die externe Kommunikation ist im Prinzip der Kollegialität verankert und steht unter der Leitung der Präsidentin. Damit sie wirksam sein kann, muss ihr Schwerpunkt auf den politischen und strategischen Prioritäten des Kollegiums als Ganzes liegen.“¹

Teil I – Allgemeiner Überblick: Politischer Kontext

Die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission fußt auf ihrer politischen Autonomie und ihren institutionellen Befugnissen².

In der Rede zur Lage der Europäischen Union 2022³ machte Präsidentin von der Leyen in starken Worten deutlich, dass eine entschlossene und geeinte Antwort auf die Herausforderungen erforderlich ist, die sich aus dem russischen Angriffskrieg und der weiteren Eskalation ergeben. Sie wies auf unsere gemeinsame Entschlossenheit hin, die Ukraine zu unterstützen sowie die Europäerinnen und Europäer vor hohen Energiepreisen zu schützen und die EU aus ihrer Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen aus Russland zu befreien, indem wir den Kurs für den grünen Wandel beibehalten, gleichzeitig in die Zukunft Europas investieren und Demokratie und Rechtsstaatlichkeit wahren. Außerdem bekräftigte sie die Bedeutung von Global Gateway, Europas konstruktivem Angebot an Partnerländer, durch das deren strategische Autonomie unterstützt werden soll.

Diese starken Botschaften müssen durch eine kraftvolle Kommunikation untermauert werden, um die kontinuierliche Unterstützung der europäischen Bürgerinnen und Bürger für unsere Politik sicherzustellen und die Rolle der EU in einem komplexen geopolitischen Umfeld deutlich zu machen. Damit sie für die Bürgerinnen und Bürger, die Mitgliedstaaten, die Zivilgesellschaft und andere Interessenträger relevant und ansprechend sind, muss die Kommunikationsarbeit der Kommission

¹ Mitteilung „Die Arbeitsmethoden der Europäischen Kommission“ vom 1. Dezember 2019 (P(2019) 2).

² Artikel 58 Absatz 2 Buchstabe d der Verordnung (EU, Euratom) 2018/1046.

³ Die Politischen Leitlinien 2019-2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und die drei Reden zur Lage der Europäischen Union, die Präsidentin von der Leyen am 16. September 2020, am 15. September 2021 und am 14. September 2022 im Europäischen Parlament hielt, sind weiterhin wichtige Bezugspunkte für die Arbeit der GD Kommunikation. In den Politischen Leitlinien betonte die Präsidentin ein inklusiveres und offeneres Herangehen an die Kommunikation über die Europäische Union. Der Schwerpunkt der ersten Rede zur Lage der Europäischen Union waren die unterschiedlichen Wege, auf denen NextGenerationEU der EU ermöglichen wird, nicht nur „die akuten Schäden zu reparieren und unsere Wirtschaft wieder anzukurbeln, sondern auch ... den Weg zu bahnen für ein besseres Leben in der Welt von morgen“. In der zweiten Rede betonte von der Leyen die Stärkung der Pandemievorsorge, die Schließung der Finanzierungslücke beim Klimaschutz, den digitalen Wandel und die technologische Souveränität, die Unterstützung junger Menschen in Europa, die EU als Sicherheits- und Verteidigungsgarantin und die Verteidigung der Werte der EU und der Freiheit.

lebendig, flexibel und innovativ bleiben und sich durch Anpassungsfähigkeit und eine schnelle Reaktion auf Krisen auszeichnen.

Als politische Institution muss sich die Europäische Kommission in einer politischen und gesellschaftlichen Medien- und Kommunikationslandschaft zurechtfinden, in der Desinformation eine immer größere Bedrohung wird. Dafür muss sie ihre Strategien, Botschaften und Dienste an wichtige Entwicklungen bei der Produktion und Rezeption von Informationen anpassen.

Eine wirkungsvolle Kommunikation erfordert eine wirksame Abstimmung zwischen den verschiedenen Generaldirektionen (GDs) der Kommission sowie mit den anderen Organen der EU und den Mitgliedstaaten. Wichtig ist außerdem eine differenzierte Herangehensweise je nach Kontext, Narrativ und Zielgruppe.

Die GD Kommunikation unterstützt die Kommission bei der politischen, institutionellen und interinstitutionellen Kommunikation und sorgt dafür, dass die Botschaften der politischen und institutionellen Kommunikation aufeinander abgestimmt sind. Darüber hinaus trägt sie gemeinsam mit den Kommunikationsdienststellen der anderen Organe (insbesondere des Europäischen Parlaments im Vorfeld der Europawahl 2024) und den Mitgliedstaaten die Verantwortung für die Kommunikation über die Prioritäten und Politik der EU.

Für das Jahr 2023 hat sich die GD Kommunikation zum Ziel gesetzt:

- der Präsidentin und den Mitgliedern der Kommission weiterhin modernste Kommunikationsprodukte und -dienste zur Verfügung zu stellen
- die politischen Prioritäten der Kommission mit modernen und innovativen Kommunikationsprodukten und -diensten zu unterstützen, z. B. durch eine wirkungsvolle institutionelle Kommunikation, indem sie die Internetpräsenz der Kommission kontinuierlich verbessert und als zentrale Anlaufstelle für Kommunikationsrahmenverträge dient
- die nächste Ebene der Bürgerbeteiligung zu erreichen und zu zeigen, dass die Europäische Kommission die Erkenntnisse der Konferenz zur Zukunft Europas weiterverfolgt
- die Interaktion mit den Bürgerinnen und Bürgern weiter zu stärken, auch durch die Arbeit der Vertretungen, der EUROPE-DIRECT-Zentren und des Projekts „Europa fängt in der Gemeinde an“
- Desinformation zu bekämpfen, insbesondere im Zusammenhang mit dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine, und die zunehmende Fehl- und Desinformation, die auch andere Themen wie Klimawandel, COVID-19 und Migration prägt, zu überwachen und entsprechende Gegenmaßnahmen zu treffen

Außerdem wird die GD Kommunikation weiterhin die Anstrengungen begleiten und unterstützen, die die Kommission und die Begünstigten von EU-Mitteln zur Verbesserung der Kommunikation und Sichtbarkeit der EU-Aufbaufinanzierung (NextGenerationEU) unternehmen. Als Grundlage für die Vorbereitung des nächsten langfristigen Haushaltsplans (nach dem Mehrjährigen Finanzrahmen 2020-2027) wird die GD Kommunikation mit der Ausarbeitung einer kommissionsweiten Evaluierung des bestehenden Ansatzes beginnen.

Im Zentrum des Arbeitsprogramms 2023 der GD Kommunikation stehen deshalb:

- die Unterstützung der Prioritäten der Kommission gemäß dem Arbeitsprogramm der Kommission für 2023⁴
- der Strategieplan der GD Kommunikation für den Zeitraum 2020-2024⁵
- die Mitteilung über die Folgemaßnahmen der Konferenz zur Zukunft Europas: „Von der Vision zu konkreten Maßnahmen“
- der Beitrag zur strategischen Agenda der EU für den Zeitraum 2019-2024⁶, in der die Kommission eine Reihe von Empfehlungen für die Kommunikation im Dienste der Bürgerinnen und Bürger und der Demokratie formuliert hat, die weitgehend bis heute gültig sind

Als federführende Dienststelle für die externe Kommunikation⁷ wird die GD Kommunikation weiterhin dazu beitragen, die Kommunikationsarbeit der Kommission kohärenter zu machen, insbesondere durch Folgendes:

- institutionelle Kommunikationskampagnen
- Koordinierung der Präsenz der Kommission in den sozialen Medien über zentrale und lokale Konten
- eine führende Rolle im Hinblick auf einen zentralisierten Ansatz der Kommission für die visuelle Kommunikation und bei der Durchsetzung der entsprechenden Leitlinien zur visuellen Identität für die wichtigsten Prioritäten
- Straffung der Auftragsvergabe im Bereich der Kommunikation durch zentralisierte Rahmenverträge, sowie Fortsetzung und Verbesserung ihrer Unterstützung anderer Generaldirektionen und EU-Delegationen
- Aufrechterhaltung der Internetpräsenz der Kommission über die Domain „Europa“
- weitere Verbesserung der Bürgerbeteiligungsarbeit der Kommission, sowohl online als auch offline

Die GD Kommunikation wird ihre Führungsrolle in diesem Bereich über den Lenkungsausschuss für institutionelle Kommunikation, das Kommunikationsnetz, das Europa Forum und das Europa Cross-Editorial Board, das Netzwerk gegen Desinformation und die verschiedenen praxisorientierten Gemeinschaften auf dem Gebiet der Kommunikation⁸ wahrnehmen.

Darüber hinaus wird im Jahr 2023 das Zustimmungsverfahren – nach dem die Generaldirektionen zur Vorlage ihrer Pläne für Kommunikationsmaßnahmen mit einem Budget von mehr als einer Million Euro

⁴ COM(2021) 645 vom 19. Oktober 2021.

⁵ Dies bezieht sich auf die Beschreibung des Aufgabenbereichs der GD Kommunikation, der im Strategieplan 2020-2024 und in den maßgeblichen Managementplänen in einzelne Ziele aufgeschlüsselt wird. Spezifisches Ziel 1: Das Kollegium und die Dienststellen nutzen länderspezifische Informationen, Eurobarometer-Ergebnisse, Medienanalysen und das Feedback von Interessenträgern sowie Bürgerinnen und Bürgern als Grundlage für die politische Entscheidungsfindung. Spezifisches Ziel 2: Das Kollegium erhält strategische Beratung zur Kommunikation über die politischen Prioritäten und zu den Medienlandschaften in den Mitgliedstaaten. Spezifisches Ziel 3: Die institutionelle Kommunikation über die politischen Prioritäten der Kommission wird zwischen sämtlichen Dienststellen der Kommission abgestimmt. Spezifisches Ziel 4: Die Kommunikation gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern, Medien, Multiplikatoren und Interessenträgern besteht aus aussagekräftigen und individuell angepassten Botschaften mit einem Schwerpunkt auf den politischen Prioritäten der Kommission. Spezifisches Ziel 5: Die Bürgerinnen und Bürger stehen über Präsenzveranstaltungen und interaktive Online-Plattformen mit der EU im Dialog, sodass die Weitergabe der Werte der EU sowie das Interesse an und die Eigenverantwortung für EU-Themen gefördert werden.

⁶ COM(2019) 218 vom 30. April 2019.

⁷ SEC(2016) 170 vom 4. April 2016 und C(2019) 2329 vom 26. März 2019.

⁸ Derzeit gibt es praxisorientierte Gemeinschaften zu den sozialen Medien, zu Texten, visueller Kommunikation, audiovisueller Produktion, Projektmanagement, Governance und Leitlinien, Webmastern und Webdesign, zur Auftragsvergabe im Bereich der Kommunikation und zum Netzwerk gegen Desinformation. 2022/2023 werden zwei neue praxisorientierte Gemeinschaften zu Überwachung und Evaluierung und zu Medien und Öffentlichkeitsarbeit eingerichtet.

verpflichtet sind – durch eine strengere Prüfung dieser Pläne und durch die genaue Beobachtung politisch besonders sensibler Kampagnen gestärkt.

Die GD Kommunikation wird sich auch in die dienststellenübergreifenden Konsultationen über Kommunikationsaspekte wichtiger politischer Initiativen einbringen, um dem Grundsatz Rechnung zu tragen, dass Kommunikation und Politik zwei Seiten derselben Medaille sind.

Der andauernde Krieg und seine Folgen sowie die Gesundheitskrise werden sich in den kommenden Jahren unweigerlich weiter auf die Tätigkeit der GD Kommunikation auswirken, insbesondere auf Veranstaltungen bzw. Aktivitäten wie den Betrieb des Besucherzentrums, Bürgerbeteiligungsveranstaltungen und die Aktivitäten der Vertretungen.

Können die für diese oder andere Aktivitäten vorgesehenen Mittel trotz der Entwicklungen im Bereich der digitalen Kommunikation nicht wie geplant ausgegeben werden, hat die GD Kommunikation durch die Flexibilitätsklausel in Artikel 3 des Beschlusses die Möglichkeit, bis zu 20 % des Gesamtbetrags des Arbeitsprogramms zur Finanzierung von Kommunikationsaktivitäten von einer Haushaltslinie in eine andere zu verlagern.

Teil II – Finanzhilfen, Preisgelder und Auftragsvergabe

1. Einleitung

Das vorliegende Arbeitsprogramm enthält die zu finanzierenden Maßnahmen und die Mittelaufschlüsselung für das Jahr 2023 (in EUR) auf der Grundlage der Ziele und erwarteten Ergebnisse in den Erläuterungen zum Haushaltsplan unter der Rubrik 2B: „Investitionen in Wettbewerbsfähigkeit, Menschen und Werte“, Titel 07 20 04, im Entwurf des Gesamthaushaltsplans der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2023⁹ und der Ziele des Strategieplans der GD Kommunikation für den Zeitraum 2020-2024¹⁰:

Haushaltslinie	Aktivität	Finanzhilfen (Punkt 2)	Preisgelder (Punkt 3)	Auftragsvergabe (Punkt 4)	INSGESAMT
07 20 04 02	Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste			47 916 000	47 916 000
07 20 04 03	Vertretungen der Kommission	1 300 000	68 500	26 457 500	27 826 000
07 20 04 04	Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger	15 648 800		17 134 200	32 783 000
Zwischensumme		16 948 800	68 500	91 706 500	108 723 800
14 20 04 03	Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln ¹¹			2 710 000	2 710 000
INSGESAMT		16 948 800	68 500	94 217 700	111 235 000

Rechtsgrundlage: Die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission fußt auf ihrer politischen Autonomie und ihren institutionellen Befugnissen¹².

⁹ COM(2022) 400 vom 7. Juni 2022.

¹⁰ Dies bezieht sich auf die Beschreibung des Aufgabenbereichs der GD Kommunikation, der im Strategieplan 2020-2024 und in den maßgeblichen Managementplänen in einzelne Ziele aufgeschlüsselt wird. Siehe Fußnote 5.

¹¹ Mitteilung „Maßnahme für institutionelle Kommunikation 2021-2023 im Mehrjährigen Finanzrahmen 2021-2027“ vom 18. Dezember 2020 (C(2020) 9390).

¹² Siehe Fußnote 2.

Mittel aus zwei der in der vorstehenden Tabelle aufgeführten Haushaltslinien werden zur Kofinanzierung institutioneller IT-Systeme und -Dienste auf die GD Informatik übertragen; die Umsetzung soll mittels Dienstleistungsaufträgen erfolgen. Die Beträge belaufen sich auf 5 % der Mittelausstattung der Haushaltslinie. Im Einzelnen werden laut der Mitteilung an die Kommission über die Leitlinien zur Finanzierung von Informationstechnologie und Cybersicherheit (IT) (C(2020) 6126 vom 10. September 2020) die Haushaltslinie 07 20 04 02 mit 2 395 800 EUR und die Haushaltslinie 07 20 04 04 mit 1 639 150 EUR zum institutionellen IT-Budget beitragen.

2. Finanzhilfen

Die in diesem Arbeitsprogramm für Finanzhilfen vorgesehenen Haushaltsmittel gelaufen sich auf insgesamt **16 948 800 EUR**.

	Haushaltslinie	Aktivität	Verfügbare Mittel (in EUR)
2.1	07 20 04 04	Informationszentren (EUROPE-DIRECT-Zentren)	15 648 800
2.2	07 20 04 03	Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen	1 300 000
INSGESAMT			16 948 800

2.1 Informationszentren (EUROPE-DIRECT-Zentren)¹³ – 15 648 800 EUR

Beschreibung der Aktivitäten, die nach Aufforderung zur Vorlage eines Vorschlags für den Jahreskommunikationsplan durch die Einzelfinanzhilfe(n) im Rahmen der Partnerschaftsrahmenvereinbarungen finanziert werden sollen, sowie Ziele und erwartete Ergebnisse

EUROPE DIRECT ist nach wie vor ein wichtiges Instrument der EU, um die Bürgerinnen und Bürger auf regionaler und lokaler Ebene zu erreichen. Es wirkt in Synergie mit anderen Netzen der EU im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und anderen Kanälen wie dem Netzwerk aus Gemeinderatsmitgliedern, das derzeit im Rahmen des Pilotprojekts „Europa fängt in der Gemeinde an“ eingerichtet wird.

Die Haushaltslinie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der im Folgenden beschriebenen Kommunikationsaktivitäten ab.

Ziele

Mit EUROPE DIRECT werden folgende Aufgaben und Ziele verfolgt:

- Information der Bürgerinnen und Bürger und Dialog mit ihnen auf lokaler Ebene über die Politik und Themen der EU, insbesondere die übergeordneten Prioritäten, unter Berücksichtigung der lokalen Gegebenheiten und unter Nutzung eines breiten Spektrums an Kommunikationskanälen (direkte Einbindung der Bürgerinnen und Bürger, Medien, soziale Medien usw.)
- Übertragung unserer institutionellen Kommunikation auf die lokale Ebene

¹³ Vormals „Europe-Direct-Informationszentren“.

- strukturierter Beitrag zur Einführung bzw. durchgängigen Berücksichtigung der Unionsbürgerschaft und der staatsbürgerlichen Bildung in den Schulen durch Zusammenarbeit mit Schülerinnen und Schülern und Lehrenden sowie Bereitstellung von geeignetem und strukturiertem Lehrmaterial
- Beobachtung der Bürgerwahrnehmung auf lokaler Ebene und Aufdeckung von Desinformation durch Feedback an die Vertretungen
- Schaffung regionaler Netze durch lokale Partnerschaften, Zusammenarbeit mit anderen Netzen der EU im betreffenden Raum sowie mit den am Projekt „Europa fängt in der Gemeinde an“ beteiligten Gemeinderatsmitgliedern, um unsere Reichweite zu erhöhen
- Ergänzung und Unterstützung der Arbeit der Vertretungen und der Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments in den Mitgliedstaaten sowie Zusammenarbeit mit den anderen Organen und Einrichtungen der EU auf lokaler und regionaler Ebene

Art der Antragsteller

Die in Betracht kommenden Antragsteller, bei denen die einzelnen Informationszentren angesiedelt sind, können je nach Vertretung öffentliche Einrichtungen, private Einrichtungen mit öffentlichen Aufgaben, Vereinigungen von Gebietskörperschaften, gemeinnützige Organisationen, Sozialpartner, Einrichtungen der allgemeinen oder beruflichen Bildung usw. sein.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

Infolge einer Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen zur Auswahl von Partnern für den Betrieb der EUROPE-DIRECT-Zentren für den Zeitraum 2021-2025¹⁴ unterzeichneten die Vertretungen im Jahr 2021 mit den ausgewählten Partnern eine Partnerschaftsrahmenvereinbarung für vier Jahre und acht Monate (1. Mai 2021 bis 31. Dezember 2025). Die Vertretungen unterzeichnen jedes Jahr nach einer Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen und der anschließenden Bewertung der Vorschläge eine Einzelfinanzhilfevereinbarung mit diesen Partnern. Zu diesem Zweck erhalten sie eine jährliche Finanzhilfe für die Umsetzung ihrer Jahreskommunikationspläne (sofern sie erfolgreich sind).

2.2 Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen – 1 300 000 EUR

2.2.1 Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen für Bürgerbeteiligung, Veranstaltungen und Sensibilisierungsmaßnahmen

Beschreibung, Ziele und erwartete Ergebnisse

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2023 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019-2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und im Arbeitsprogramm der Kommission für 2023 festgelegt sind, sowie die Mitteilung über die Folgemaßnahmen der Konferenz zur Zukunft Europas: „Von der Vision zu konkreten Maßnahmen“.

Das Ziel lautet, den Kenntnisstand der Öffentlichkeit über die Aktivitäten der Kommission und ihre politischen Prioritäten zu verbessern und um Verständnis dafür zu werben sowie Meinungen und

¹⁴ Im Einklang mit dem Arbeitsprogramm der GD Kommunikation für 2020 vom 7. Dezember 2020 (C(2020) 8492).

Feedback einzuholen und zu analysieren, damit diese auf höherer Ebene in den Entscheidungsprozess einfließen können. Die Aktivitäten werden dazu beitragen, den Bürgerinnen und Bürgern und besonders den jungen Menschen ein positiveres Bild der EU zu vermitteln.

Sie sollen helfen, die Beziehungen zwischen der breiten Öffentlichkeit und der EU zu stärken, insbesondere durch die Information der Bürgerinnen und Bürger über die Rolle und die Tätigkeiten der verschiedenen Organe der EU und durch einen Beitrag zur Steigerung der Bürgerbeteiligung an der EU, auch mithilfe von regionalen und lokalen Partnern sowie Partnern aus der Zivilgesellschaft.

Die Haushaltslinie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der im Folgenden beschriebenen Kommunikationsaktivitäten ab.

Art der Antragsteller

Zivilgesellschaftliche Gruppen, Behörden und andere Organisationen auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene, die eine eigene Rechtspersönlichkeit haben und in einem EU-Land registriert sind.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

2.2.2 Förderung des Bewusstseins für die Werte der europäischen Demokratie und der Rechtsstaatlichkeit

Beschreibung, Ziele und erwartete Ergebnisse

Ziel dieser Aktivität ist es, das Wissen der Schülerinnen und Schüler und Studierenden über die europäische Demokratie, ihre Funktionsweise und ihr Zusammenwirken mit der nationalen Entscheidungsfindung zu verbessern, indem ein Fokus auf die Politikgestaltung auf EU-Ebene gelegt wird.

2.2.2.1 Partnerschaftsrahmenvereinbarung mit dem Haus für Demokratie und Rechtsstaat (ProDemos)

Mit der Partnerschaftsvereinbarung mit dem niederländischen Haus für Demokratie und Rechtsstaat (ProDemos) wird das Ziel verfolgt, das Bewusstsein für die Werte der europäischen Demokratie und der Rechtsstaatlichkeit zu schärfen und junge Menschen zum Meinungsaustausch und zur politischen Mitbestimmung anzuregen. Schülerinnen und Schüler und Studierende sollen dort lernen können, wie die Entscheidungsprozesse der EU funktionieren und wie sie mit dem nationalen Entscheidungsprozess zusammenhängen.

Art der Antragsteller

Das Haus für Demokratie und Rechtsstaat (ProDemos) in den Niederlanden wurde im Jahr 2008 durch Ministerialbeschluss der niederländischen Regierung gegründet und im Jahr 2011 eröffnet. Sein Hauptziel besteht darin, das Wissen über die Grundsätze der Demokratie und der Rechtsstaatlichkeit sowie das Verständnis dafür zu verbessern, wie Demokratie auf nationaler Ebene und im europäischen Kontext funktioniert. Darüber hinaus soll die aktive politische Mitbestimmung eines breiteren Teils der Gesellschaft gefördert werden, indem gezielt Schülerinnen und Schüler, Studierende und junge Erwachsene angesprochen werden. Das Haus für Demokratie und Rechtsstaat wurde als einzige Einrichtung von der niederländischen Regierung damit beauftragt, ein landesweites Programm für Schulbesuche in den nationalen Institutionen zu organisieren. Es verfügt zudem über ein hohes Maß an technischer Kompetenz und besonderer Spezialisierung im Sinne des Artikels 195 Buchstabe f der

Haushaltsordnung, da es jahrelang einschlägige Erfahrungen bei der Entwicklung moderner Methoden zur Vermittlung der Funktionsweise der Demokratie gesammelt hat. Die Partnerschaftsrahmenvereinbarung eröffnet einen einzigartigen Raum, der die politische Debatte und Entscheidungsfindung auf lokaler, nationaler und europäischer Ebene umfasst und anderen Mitgliedstaaten als Vorbild dienen könnte.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt über eine mehrjährige Partnerschaftsrahmenvereinbarung ohne Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen und über besondere maßnahmenbezogene Finanzhilfen durchgeführt. Nach Aufforderung zur Vorlage eines Vorschlags wird die Finanzhilfe ProDemos gewährt, dem Haus für Demokratie und Rechtsstaat in den Niederlanden, das 2008 durch einen Ministerialbeschluss der niederländischen Regierung gegründet wurde. Seine Aufgabe ist speziell die Durchführung von Aktivitäten, die einzigartige Kompetenzen und Rechte erfordern. Es wurde als einzige Organisation von der niederländischen Regierung damit beauftragt, ein landesweites Programm für Schulbesuche in den nationalen Institutionen zu organisieren. Es gilt die Ausnahme nach Artikel 195 Buchstabe f der Haushaltsordnung. Die Begründung der Direktvergabe ist auch in der Vergabeentscheidung anzugeben.

3. Preisgelder

Die in diesem Arbeitsprogramm für Wettbewerbe vorgesehenen Haushaltsmittel belaufen sich auf insgesamt **68 500 EUR**.

Haushaltslinie	Aktivität	Verfügbare Mittel (in EUR)
07 20 04 03	Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen	68 500

Beschreibung, Ziele und erwartete Ergebnisse

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2023 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019-2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und im Arbeitsprogramm der Kommission für 2023 festgelegt sind. Sie werden Wettbewerbe zur Förderung bzw. Anregung von Überlegungen in Bezug auf die europäische Integration oder die Politik der EU umfassen und sich insbesondere an Schulen und Journalisten richten.

Die Haushaltslinie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der im Folgenden beschriebenen Kommunikationsaktivitäten ab.

Art der Teilnehmer, an die sich der Wettbewerb richtet

Die Zielgruppe bilden im Wesentlichen alle Bürgerinnen und Bürger, insbesondere Studierende, Journalisten und Influencer, eventuell auch Organisationen der Zivilgesellschaft (nichtstaatliche Organisationen, Vereine usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

4. Auftragsvergabe

Die für die Auftragsvergabe im Jahr 2023 vorgesehenen Haushaltsmittel belaufen sich insgesamt auf **94 416 500 EUR**.

Haushaltslinie	Aktivität	Verfügbare Mittel (in EUR)
07 20 04 02	Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste	47 916 000
07 20 04 03	Vertretungen der Kommission	26 457 500
07 20 04 04	Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger	17 134 200
Zwischen- summe		91 507 700
14 20 04 03	Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln	2 710 000
INSGESAMT		94 217 700

4.1 Haushaltslinie 07 20 04 02 Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste – 47 916 000 EUR

Die Kommunikationsdienste für die Führungsebene stellt die GD Kommunikation der Präsidentin und dem Kollegium der Kommissionsmitglieder zur Verfügung, um die Kommunikation der Präsidentin, des Kollegiums, des Pressedienstes und der höheren Führungsebene der Kommission zu unterstützen. Zu diesen Diensten zählen die Beschaffung politischer und wirtschaftlicher Auskünfte, Medienberatung und die Bereitstellung hochwertiger länderspezifischer Informationen und Analysen aus einer Vielzahl von Quellen zur Unterstützung des Entscheidungsprozesses der Kommission. Dies führt zu einer fundierteren Gestaltung der EU-Politik für die Bürgerinnen und Bürger.

Mit den Produkten und Diensten der institutionellen Kommunikation unterstützt die GD Kommunikation als in diesem Bereich federführende Dienststelle die externe Kommunikation der Kommission. Entsprechend dieser Rolle stellt die GD Kommunikation sicher, dass die Botschaften aller Kommunikationsdienste der Kommission aufeinander abgestimmt sind, um eine kohärente und wirksame institutionelle Kommunikation über die politischen Prioritäten zu erreichen. Dies führt zu einer besseren Koordinierung und strategischen Planung, zu klareren, mit den politischen Botschaften abgestimmten institutionellen Botschaften und Narrativen, einer charakteristischen visuellen Markenführung sowie zu Größenvorteilen und trägt somit zu einem besseren Image für die Kommission und die EU bei.

Die Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie deckt u. a. Ausgaben für die sozialen Medien, audiovisuelle Produktionen, die multimediale Online-Information und schriftliche Information sowie Instrumente für die institutionelle Kommunikation über die EU ab. Das Ziel besteht darin, den Bürgerinnen und Bürgern Zugang zu relevanten allgemeinen und speziellen Informationen über die Arbeit der Organe sowie die Politik und die Entscheidungen der EU zu verschaffen.

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2023 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019-2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und im Arbeitsprogramm der Kommission

für 2023 festgelegt sind, insbesondere politische Initiativen im Zusammenhang mit der Reaktion der EU auf die russische Invasion in die Ukraine, REPowerEU, die Umsetzung von NextGenerationEU, die Einführung von Global Gateway und die Folgemaßnahmen, die sich aus der Rede der Präsidentin zur Lage der Union ergeben.

Die Haushaltslinie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der im Folgenden beschriebenen Kommunikationsaktivitäten ab.

Maßnahmen zur Förderung der Bürgerbeteiligung, darunter die Folgemaßnahmen der Konferenz zur Zukunft Europas, werden ebenfalls über diese Haushaltslinie finanziert.

Beschreibung der wichtigsten Aktivitäten im Rahmen der Haushaltslinie 07 20 04 02

4.1.1 Web-Kommunikation über die Domain „Europa“

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Aktivitäten im Zusammenhang mit den Websites auf der Domain „Europa“ umfassen 2023 Folgendes:

- Betrieb, Strukturierung, Gestaltung, Funktionalitäten und redaktionelle Betreuung der politischen Inhalte der Websites der Kommission (z. B. Kollegium, Prioritäten, Aktuelles) und der interinstitutionellen Website der EU sowie Unterstützung bei Aufbau und Pflege der Websites der Vertretungen und anderer Dienststellen der Kommission
- Ad-hoc-Support für die Erstellung und Pflege von Websites zur Unterstützung prioritärer politischer Initiativen, einschließlich der neuen Online-Plattform für alle Bürgerbeteiligungsaktivitäten der Kommission
- Verbesserung und Durchsetzung der Web-Politik auf der Domain „Europa“, einschließlich Überwachung der Leistung der Websites und ihrer Konformität mit geltenden Vorschriften und Standards (z. B. Datenschutz, Barrierefreiheit im Internet)
- Betrieb, Weiterentwicklung und Wartung des institutionellen Systems für Web-Veröffentlichungen, einschließlich der Veröffentlichungsplattform auf der Domain „Europa“ und der Web-Tools

Die erwarteten Ergebnisse werden zur Steigerung der Kohärenz, Relevanz und Kosteneffizienz des Internetauftritts der Kommission beitragen.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen, insbesondere GD DIGIT und DGT.

4.1.2 Eurobarometer und Datenanalyse

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2023 umfassen Folgendes:

- Eurobarometer-Umfrage: Analyse von Trends der öffentlichen Meinung durch die Durchführung von Eurobarometer-Umfragen in den Mitgliedstaaten und gegebenenfalls in den Kandidatenländern und/oder anderen Ländern. Dies schließt allgemeine und Ad-hoc-Umfragen zu den politischen Prioritäten der Kommission ein, die bestimmte Themen betreffen und/oder an bestimmte Zielgruppen gerichtet sind, sowie qualitative Studien. Über die jährliche Programmplanung mit anderen Generaldirektionen und die Koordinierung mit dem Europäischen Parlament bzw. anderen Vergabebehörden werden systematisch Synergieeffekte angestrebt. Darüber hinaus wird die interinstitutionelle Website weiter verbessert, und es wird weiter an der Entwicklung einer durchsuchbaren Datenbank für Eurobarometer-Umfragen gearbeitet
- Maßnahmen zur Erhöhung der Datenanalysekapazität der GD Kommunikation mit dem Ziel, Desinformation und die Verbreitung von Falschmeldungen zu bekämpfen

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge für Eurobarometer-Umfragen. Es sind bereits Absichtserklärungen über technische Hilfe aus anderen Generaldirektionen geschlossen worden.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.1.3 Fernsehstudios und Europe by Satellite

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2023 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019-2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und im Arbeitsprogramm der Kommission für 2023 festgelegt sind, wobei der sich wandelnde politische und geopolitische Kontext berücksichtigt wird. Ziel der Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie ist es:

- den Betrieb der audiovisuellen Anlagen der Kommission sicherzustellen
- den Satelliten anzumieten, der Fernsehsender mit Bildern und Informationen zu den Tätigkeiten der EU versorgt (Europe by Satellite), um diese Informationen in den Medien und in der Öffentlichkeit zu verbreiten

Die Aktivitäten in diesem Bereich umfassen Folgendes:

- Betrieb der audiovisuellen Anlagen im Brüsseler Berlaymont-Gebäude¹⁵ zwecks Erbringung audiovisueller Dienste (Produktion von Nachrichtenbeiträgen, Videos und Erklärungen sowie Unterstützung von Fernseh- und Hörfunkteams, die in den Räumlichkeiten der Kommission filmen bzw. aufzeichnen)
- Wartung, Reparatur und Modernisierung der technischen Infrastruktur der audiovisuellen Dienste
- Ad-hoc-Anschaffung audiovisueller Geräte und Arbeitsmittel für die Hörfunk- und Fernsehstudios
- Übertragung von Europe by Satellite, einschließlich der Anmietung von Bandbreite

¹⁵ Zwei Fernsehstudios (ein neues Studio wurde 2022 geschaffen) und ein Hörfunkstudio, ein Regieraum sowie Schnitt- und Grafikräume.

- Produktion von audiovisuellen Programmen und Videoclips für die sozialen Medien und Live-Streaming über die institutionellen Konten und VIP-Konten in den sozialen Medien (YouTube, Facebook, Twitter, LinkedIn und Instagram)

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.) und neue Rahmenverträge für Betrieb und Wartung der Hörfunk- und Fernsehstudios, für audiovisuelle Produktionen sowie für den Kauf von Audio-, Foto- und Videoausrüstung und damit verbundene Dienstleistungen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.1.4 Berichterstattung in den Medien, audiovisuelle Mediathek und audiovisuelle Produktion

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2023 sind:

- (1) Videonachrichten
 - Produktion von Videonachrichtenbeiträgen rund um die Kommission (Live-Berichterstattung und Aufzeichnungen, aufbereitete Nachrichtenbeiträge), die in erster Linie zur Nutzung durch die Medien bestimmt sind
- (2) Fotografien
 - Produktion von Fotonachrichten rund um die Kommission und von themenbezogenen Fotos, die die politischen Prioritäten illustrieren
 - Fotos für die Berichterstattung über die diplomatischen/protokollarischen Tätigkeiten der Kommission
 - Dekoration der Büros der Kommissionsmitglieder und der öffentlichen Räume der Kommission mit Archivfotos
- (3) Audiovisuelle und multimediale Produktion
 - Intensivierung und Diversifizierung der audiovisuellen und multimedialen Produktion für die breite Öffentlichkeit unter Berücksichtigung der Anforderungen der Social-Media-Plattformen (z. B. geeignetes Videoformat für jede Plattform, Live-Streaming von wichtigen Veranstaltungen, Untertitelung und Verdolmetschung in Gebärdensprache für alle großen Produktionen, damit sie von den Vertretungen wiederverwendet und von den Zuschauern in ihrer eigenen Sprache geteilt werden können)
 - Verbesserung der Verbreitung audiovisueller und multimedialer Produkte durch die Satellitenfernsehkkanäle Europe by Satellite und Europe by Satellite+, das audiovisuelle Portal und unterschiedliche Technologieplattformen einschließlich der sozialen Medien. Für Vorzeigeveranstaltungen kann bezahlte Werbung genutzt werden, und die Verbreitung kann durch den Kauf von Sendezeit auf den Satelliten- und Internetplattformen der Europäischen Rundfunkunion gesteigert werden
- (4) Journalisten

- Organisation von Informationsveranstaltungen, Besuche in den Studios der Kommission, Bereitstellung audiovisueller Inhalte und technische Unterstützung für Journalisten
- (5) Herstellung der öffentlichen Zugänglichkeit des gesamten audiovisuellen Materials (Fotos, Videos, Filme, Podcasts, Tonaufzeichnungen) – über die Medien oder direkt oder über die neue Pflichtexemplar-Bibliothek des Amts für Veröffentlichungen
- Konsolidierung des zentralen Archivs der Kommission für audiovisuelle Produktionen als Teil des Ansatzes „Synergien und Effizienzgewinne“¹⁶
 - Etablierung des audiovisuellen Portals als zentrale Verbreitungsplattform
 - Bereitstellung aller Podcasts der Kommission als Audiodateien auf dem Portal der Kommission. Dieses wird Ende 2022 die zentrale Hosting-Plattform für alle Podcasts der Kommission und ist in vollen Umfang mit der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und den Vorschriften über die Rechte des geistigen Eigentums konform. Die GD Kommunikation wird auch Generaldirektionen beraten, die Podcasts produzieren und verbreiten möchten, was über ein zentrales Konto der Kommission erfolgt
 - Fortsetzung der Arbeiten zur Erhaltung, Digitalisierung und Dokumentierung der Mediathek
- (6) Berichterstattung in den Medien
- Videos und Fotos zur Berichterstattung über aktuelle Ereignisse in der EU sowie Produktion von Archivaufnahmen, Info-Clips sowie Themen- und Symbolfotos
- (7) Erfassung in der audiovisuellen Mediathek und Produktion von Material hierfür
- Archivierung von audiovisuellem Material, Überprüfung der entsprechenden Urheberrechte, Verbreitung und Webentwicklung
 - Streaming, Transkodierung, Hosting und Bereitstellung von Inhalten
 - Messung der Nutzung des von den europäischen Institutionen produzierten audiovisuellen Materials
 - Verwaltung der audiovisuellen Mediathek und des Zentralarchivs für audiovisuelles Material
 - Übersetzung von Metadaten
 - Optimierung der Barrierefreiheit von Video-/Audio-/Multimedia-Inhalten
 - Verwaltung der digitalen und technischen Dienste
 - audiovisuelle Produktionen, Untertitelung und Ankauf von Fotos
- (8) Austausch audiovisuellen Fachwissens mit anderen Dienststellen
- Koordinierung des Netzes von Korrespondenten für audiovisuelle Medien zum Austausch über bewährte Verfahren und Trends entsprechend der Führungsrolle der GD Kommunikation in diesem Bereich und – gemeinsam mit der GD Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien – Organisation von Koordinierungstreffen zu Euronews
 - Unterstützung der Generaldirektionen und Agenturen durch die Verwaltung des institutionellen Rahmenvertrags für audiovisuelle Medien

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge für audiovisuelle Produktionen und Multimedia-Projekte, Foto- und Videoberichterstattung, die Mediathek (Erhaltung und öffentliche Zugänglichkeit audiovisueller Materialien) und die Messung der Wirkung audiovisueller Tools.

¹⁶ Siehe Fußnote 6.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.1.5 Beobachtung und Auswertung der Medienberichterstattung

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2023 sind:

- Beobachtung der Medien, um fortlaufend Feedback zur Medienberichterstattung über die Kommission und die EU in allen Mitgliedstaaten (und ausgewählten Drittländern) im Zusammenhang mit Fragen von europäischem Interesse und wichtigen internationalen und nationalen Strategien und politischen Entwicklungen zu bieten sowie Echtzeit-Informationen/-Benachrichtigungen zu wichtigen Neuigkeiten in der Welt zu übermitteln
- Sicherstellung der nötigen urheberrechtlichen Lizenzen zur Nutzung der bei der Medienbeobachtung entstandenen Produkte durch die Kommissionsbediensteten
- quantitative und qualitative Medienanalyse für alle Medienarten (Print-, Online-, audiovisuelle und soziale Medien) zur Medienwirksamkeit der prioritären politischen Vorhaben und der Rolle der Kommission in den Mitgliedstaaten und darüber hinaus. Die Ergebnisse der Medienanalysen werden dem Kollegium und der höheren Führungsebene in Form von verschiedenen Berichten und Zusammenfassungen vorgelegt
- Überwachung von Fehl- und Desinformation

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich eines neuen Rahmenvertrags für die Medienbeobachtung.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.1.6 Abonnements

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2023 besteht die wichtigste Aktivität darin:

- als Ergänzung der Medienbeobachtungsdienste und/oder zur Erfüllung besonderer Erfordernisse den Kommissionsbediensteten Zugang zu Online-Informationsquellen wie Presseagenturen und Anbietern (aggregierter) Nachrichten zu verschaffen

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.) und neue Ausschreibungen, einschließlich neuer Rahmenverträge für Abonnements.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.1.7 Grafikdesign und Unterstützung der Kommunikation

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2023 sind:

- Erbringung von Grafikdesigndienstleistungen mit Bezug zu den Prioritäten der Kommission und unter Berücksichtigung globaler Entwicklungen und Herausforderungen – der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine, die EU-Maßnahmen zur Verbesserung der Krisenvorsorge (z. B. REPowerEU), Global Gateway, die von der EU und Team Europa durchgeführten Maßnahmen zur Gewährleistung der globalen Ernährungssicherheit usw. –, um die Wirkung der Kommunikation zu steigern und die Inhalte ansprechender zu gestalten und einem heterogenen Publikum besser zugänglich zu machen. Dies umfasst Folgendes:
 - Entwicklung visueller Konzepte und Grafikleitlinien und die Erstellung von Kits für externe Kommunikationskampagnen
 - Ausweitung der Anwendung des visuellen Stils von Global Gateway mit dem Ziel, dass alle betroffenen Generaldirektionen, Dienststellen und Team-Europa-Akteure ihn korrekt verwenden
 - Schaffung von Infografiken, bildlichen Datendarstellungen und informativen Inhalten zur Erläuterung der politischen Initiativen, Maßnahmen und Einflüsse der Kommission
 - Produktion von animierten, interaktiven Inhalten für die sozialen Medien
 - Erstellung von Layouts für Veröffentlichungen, Broschüren und Informationsblätter
 - Entwicklung audiovisueller Inhalte, die an die Anforderungen der Social-Media-Plattformen und die Präferenzen der Zielgruppen angepasst sind
- Planung und Validierung von Maßnahmen der externen Kommunikation im Zusammenhang mit dem Berlaymont-Gebäude, einschließlich Bannern und Gebäudebeleuchtungen, Beratung und Orientierungshilfen für die Generaldirektionen sowie Abwicklung von Produktion, Ein- bzw. Aufbau und Auftragsvergabe für Initiativen der GD Kommunikation
- Beratung interner und externer Interessenträger hinsichtlich der Umsetzung der Leitlinien zur visuellen Identität der Kommission und der Nutzung des EU-Emblems in der visuellen Kommunikation sowie Deckung der Lizenzkosten für die amtliche Schriftart der Kommission (EC Square)
- Unterstützung und Beratung der Generaldirektionen, Dienststellen und Team-Europa-Akteure bei der korrekten Umsetzung des visuellen Stils von Global Gateway
- Koordinierung und Professionalisierung des Grafikdesignnetzes der Kommission
- Unterstützung und Beratung der Generaldirektionen bezüglich der korrekten Verwendung des EU-Emblems innerhalb des neuen mehrjährigen Finanzrahmens und der Befolgung der Vorschriften und Leitlinien für Kommunikation und Sichtbarkeit im Rahmen von NextGenerationEU
- strategische Planung, Koordinierung und Umsetzung der politischen Kommunikation über die Prioritäten und vorrangigen Initiativen der Kommission sowie der Krisenkommunikation

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen, interinstitutionelle Rahmenverträge mit den anderen Organen und Einrichtungen der EU auf der Grundlage eines gemeinsamen Bedarfs, z. B. Media-Einkauf und -planung, usw.), einschließlich Verträgen mit einzelnen Sachverständigen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.1.8 Soziale Medien

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2023 sind die wichtigsten Aktivitäten die Entwicklung von Strategien für die sozialen Medien und die Verwaltung der zentralen und lokalen Social-Media-Plattformen der Kommission. Dies umfasst Folgendes:

- redaktionelle Planung des Auftritts in den sozialen Medien, um die Ausrichtung an den Prioritäten der Kommission sicherzustellen strategische Planung, Koordinierung und Umsetzung der politischen Kommunikation über die Prioritäten und vorrangigen Initiativen der Kommission sowie der Krisenkommunikation: politische Prioritäten und Kernbotschaften unter Berücksichtigung wesentlicher globaler Entwicklungen wie der Reaktion der EU auf die russische Invasion in die Ukraine, der Vorsorgemaßnahmen der EU (z. B. REPowerEU), der globalen Ernährungssicherheit usw.
- regelmäßige Veröffentlichung neuer und ansprechender Inhalte über die zentralen Social-Media-Konten der Kommission auf allen relevanten Plattformen
- Unterstützung der Tätigkeiten der Präsidentin mit Inhalten in den sozialen Medien
- Kontaktaufnahme und Dialog mit verschiedenen Zielgruppen durch Community-Management und Community-Aufbau (abgestimmt mit den Aktivitäten der Vertretungen), u. a. zur Verhinderung und Bekämpfung von Desinformation
- weitere Verbesserung der Beobachtung und der Qualität der Datenanalyse in Bezug auf die Kommunikation, die Trends und spezielle relevante Themen auf Social-Media-Plattformen auf Grundlage der von der Kommission verwendeten Analyseinstrumente
- Übermittlung von Live-Benachrichtigungen in den sozialen Medien zu wichtigen politischen Momenten (z. B. G7-Gipfel, Tagung des Europäischen Rats, wichtige politische Ankündigungen)
- Unterstützung des Social-Media-Netzes der Kommission
- Durchführung innovativer Projekte, um mit der Entwicklung der Social-Media-Plattformen Schritt zu halten, und Erkundung neuer Plattformen und Inhalte
- Umsetzung eines kosteneffizienten Influencer-Programms, um die Reichweite der Social-Media-Aktivitäten der Kommission zu steigern
- Entwicklung geeigneter audiovisueller Inhalte für Social-Media-Plattformen, z. B. Reels
- Unterstützung von institutionellen Kommunikationskampagnen, insbesondere NextGenerationEU, REPowerEU und Global Gateway, u. a. durch Media-Einkauf

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge, hauptsächlich auf der Grundlage bestehender Rahmenverträge, die den Erfordernissen der GD Kommunikation am Sitz und in den Vertretungen Rechnung tragen, aber auch neue Rahmenverträge für soziale Medien und Öffentlichkeitsarbeit auf lokaler Ebene.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.2 Haushaltlinie 07 20 04 03 Vertretungen der Kommission – 26 457 500 EUR

Die Vertretungen in den Hauptstädten und die Außenstellen fungieren als Augen, Ohren und Stimme der Kommission in den Mitgliedstaaten. Sie dienen den Interessen der gesamten Institution und der EU, indem sie Verbindungen zu nationalen, regionalen und lokalen Behörden, Medien und Interessenträgern sowie den Bürgerinnen und Bürgern aufnehmen und pflegen. Sie unterstützen die Präsidentin und das gesamte Kollegium sowie die hochrangigen Beamten der Kommission, indem sie an der Vorbereitung, der Durchführung und der Nachbereitung offizieller oder inoffizieller Besuche in den Mitgliedstaaten mitwirken. Darüber hinaus versorgen sie die Kommission mit detaillierten, präzisen und zeitnahen Analysen und Berichten, u. a. zu politischen, wirtschaftlichen und kommunikationsbezogenen Themen.

Die Vertretungen geben darüber hinaus Feedback zu nationalen und lokalen Befindlichkeiten auf dem Gebiet der Kommunikation und führen auf die Besonderheiten und lokalen Erfordernisse der einzelnen Länder zugeschnittene Kommunikationsmaßnahmen durch. Diese Maßnahmen umfassen die Kommunikation über NextGenerationEU, Projekte und Reformen im Rahmen der nationalen Aufbau- und Resilienzpläne, die Reaktion der EU auf die russische Invasion in die Ukraine, REPowerEU und die über den mehrjährigen Finanzrahmen finanzierten Unterstützungsmaßnahmen, insbesondere Maßnahmen, die zu den Prioritäten von Global Gateway beitragen.

Die Haushaltlinie dient der Bereitstellung von Mitteln für allgemeine Informations- und Kommunikations- bzw. Kontaktaufnahmeaktivitäten, die sich an die Bürgerinnen und Bürger in sämtlichen Mitgliedstaaten richten und überwiegend durch die Vertretungen und die Erlebnis-Europa-Zentren¹⁷ durchgeführt werden; sie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung dieser Kommunikationsaktivitäten ab. Aktivitäten zur Förderung der Bürgerbeteiligung, die Folgemaßnahmen der Konferenz zur Zukunft Europas sind, werden ebenfalls darüber finanziert.

Beschreibung der wichtigsten Aktivitäten im Rahmen der Haushaltlinie 07 20 04 03

4.2.1 Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Ziel der Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltlinie ist die Umsetzung dezentraler Kommunikationsmaßnahmen über die Vertretungen.

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2023 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019-2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und im Arbeitsprogramm der Kommission

¹⁷ Dabei handelt es sich um interaktive Zentren, die eingerichtet wurden, um den Besucherinnen und Besuchern durch Ausstellungen mit innovativem Design und Multimedia-Stationen die EU vorzustellen. Das Konzept von „Erlebnis Europa“ wurde im Rahmen der Projekte in Berlin und Helsinki entwickelt, deren Ziel es war, die wichtigsten Kommunikationsprioritäten und -akteure der Kommission einzubeziehen und gleichzeitig einen einzigartigen Einblick in die EU als Ganzes zu vermitteln. Im Jahr 2019 billigte das Präsidium des Europäischen Parlaments die Strategie, bis 2024 in allen Mitgliedstaaten interaktive Erlebnis-Europa-Zentren einzurichten. Zusätzlich zu den bereits bestehenden Erlebnis-Europa-Zentren in Brüssel, Straßburg, Berlin, Kopenhagen, Helsinki, Ljubljana, Paris, Rom, Stockholm und Tallinn plant das Europäische Parlament die Eröffnung von sieben neuen Erlebnis-Europa-Zentren im Jahr 2023 und elf im Jahr 2024.

für 2023 festgelegt sind. Die wesentlichen Zielvorgaben aus der Rede der Präsidentin zur Lage der Union werden ebenfalls berücksichtigt.

Die Reaktion der EU auf den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine, die Erholung der Wirtschaft von der COVID-19-Pandemie, NextGenerationEU und die entsprechende institutionelle Kommunikationskampagne, Global Gateway, der grüne und der digitale Wandel, die Bürgerbeteiligungsmaßnahmen zur Förderung der demokratischen Resilienz infolge der Konferenz zur Zukunft Europas, die Vorbereitung und Mobilisierung für die Europawahl 2024 und die Bekämpfung von Desinformation werden bei den Kommunikationsbemühungen der Vertretungen im Jahr 2023 eine wichtige Rolle spielen.

Auf der Grundlage dieser Prioritäten entwickelt jede Vertretung für das Jahr 2023 eine Länderstrategie mit einer breiten Palette an Aktivitäten und Instrumenten für die institutionelle Kommunikation, die auf die nationalen und lokalen Zielgruppen zugeschnitten sind.

Die Vertretungen werden ihre Anstrengungen zur Bekämpfung von Desinformation auf nationaler und lokaler Ebene verstärken und dabei lokale Besonderheiten berücksichtigen. Neben einer noch effizienteren Verbreitung der zentral entwickelten politischen Botschaften und Kommunikationsmittel ist eine engere Einbindung lokaler Akteure erforderlich. Dafür soll die Zusammenarbeit mit Denkfabriken, Faktenprüfern und anderen NROs, Journalisten und politischen Akteuren verstärkt werden. Die Vertretungen entwickeln für diese Akteure maßgeschneiderte, leicht zu verwendende Materialien und Narrative und legen dabei einen Schwerpunkt auf emotionale Botschaften, mit denen sich die Bürgerinnen und Bürger identifizieren können.

Die Vertretungen erstellen Pläne für die Beteiligung der lokalen Ebene, in denen sie an die lokalen Befindlichkeiten angepasste relevante Botschaften, lokale Akteure – insbesondere solche, die als unabhängige Befürworter auftreten können – sowie Möglichkeiten für Auftritte von lokalen Akteuren und Kommissionsvertretern in wichtigen Medien benennen. Wichtig in den Beteiligungsplänen ist insbesondere die Einbindung lokaler Akteure, die sich für die Bekämpfung von Desinformation einsetzen, z. B. einschlägiger NROs und regionaler Ableger internationaler Faktenprüfer-Organisationen wie der Europäischen Beobachtungsstelle für digitale Medien (EDMO).

Im Einklang mit den Empfehlungen zur Kommunikation im Dienste der Bürgerinnen und Bürger und der Demokratie, die die Kommission auf die strategische Agenda der EU für den Zeitraum 2020-2024¹⁸ gesetzt hat, werden verschiedene Kommunikationsmaßnahmen in Partnerschaft mit dem Europäischen Parlament (u. a. zur Feier des Europatags) und/oder den Mitgliedstaaten, dem Ausschuss der Regionen (z. B. das Pilotprojekt „Europa beginnt in der Gemeinde“) und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss organisiert. Dies schafft oder verstärkt Synergieeffekte und fördert die Koordinierung der Informations- und Kommunikationsaktivitäten zur EU.

Zusätzlich werden die Vertretungen die Agenda und die Prioritäten der Kommission weiter mit unterschiedlichen Interessenträgern erörtern, um auf diese Weise politische und wirtschaftliche Informationen einzuholen. Dies wird zu einer Verbesserung der länderspezifischen Kenntnisse beitragen, die die Vertretungen den zentralen Dienststellen zur Verfügung stellen und die dann durch weitere Analysen ergänzt werden, bevor sie auf höherer Ebene in den politischen Entscheidungsprozess einfließen.

¹⁸ COM(2019) 218 vom 30. April 2019.

Die Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie erstreckt sich auch auf die Instrumente, die die Vertretungen für die Online-Information, multimediale Information und schriftliche Information sowie die Kommunikation über die EU nutzen. Das Ziel besteht darin, den Bürgerinnen und Bürgern Zugang zu relevanten allgemeinen und speziellen Informationen über die Arbeit der Organe und die Entscheidungen der EU zu verschaffen.

Die Aktivitäten umfassen Folgendes:

- Organisation von Veranstaltungen und Maßnahmen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, die sich an die breite Öffentlichkeit und an Interessenträger richten
- Ausführung und Verwaltung redaktioneller Aufgaben im Zusammenhang mit dem Inhalt der Websites der Vertretungen
- Entwicklung lokaler Strategien für die sozialen Medien und die Verwaltung der Social-Media-Konten der Vertretungen, einschließlich Community-Management
- Durchführung innovativer Projekte in engem Kontakt mit dem zentralen Team, um mit den Entwicklungen auf den Social-Media-Plattformen Schritt zu halten, z. B. eine größere Vielfalt an Inhaltsformaten (Reels, Instagram-Filter) und neue Formen der Nutzung der sozialen Medien (Zusammenarbeit mit Influencern)
- Entwicklung der Praxis des Social Listening und Ausbau der digitalen Kompetenzen des Personals in den Vertretungen
- Tools, Schulungen und bezahlte Werbung im Zusammenhang mit den sozialen Medien
- Dienstleistungen für nationale oder lokale Kampagnen
- Überwachung von und Reaktion auf Fehl- und Desinformation (z. B. Beiträge zum Bericht über irreführende Informationen) sowie Sensibilisierung für den Kampf der EU gegen Desinformation
- Online-Bereitstellung von Pressemitteilungen, Reden, Fragen und Antworten usw. (Datenbank für Pressemitteilungen und andere Online-Kommunikations- und Informationssysteme)
- Veröffentlichungen der Vertretungen (Online- und gedruckte Veröffentlichungen)

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.) und neue Ausschreibungen, einschließlich neuer Rahmenverträge.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.2.2 Zusammenarbeit zwischen den Vertretungen und den Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments bei der lokalen Öffentlichkeitsarbeit

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2023 steht im Zentrum der gemeinsamen Kommunikationsprojekte der Vertretungen und der Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments in den Mitgliedstaaten, das Bewusstsein für das europäische Projekt und die Errungenschaften und Werte der EU im Vorfeld der Europawahl 2024 zu schärfen. Die Botschaften werden mit den Kommunikationsprioritäten der Kommission im Einklang stehen, und die Projekte werden die Kampagnen der Kommission ergänzen.

Durch die Haushaltsmittel, die speziell für die Finanzierung gemeinsamer Kommunikationsprojekte der Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments und der Vertretungen vorgesehen sind, wird die Kooperation in der Öffentlichkeitsarbeit auf der Grundlage gemeinsam vereinbarter politischer Prioritäten und Kommunikationsprioritäten sowie gemeinsamer Arbeitspläne gefördert. Zusätzlich zu den bestehenden Erlebnis-Europa-Ausstellungen in Brüssel, Straßburg, Berlin, Kopenhagen, Helsinki, Ljubljana, Paris, Rom, Stockholm und Tallinn plant das Europäische Parlament die Eröffnung von sieben neuen Erlebnis-Europa-Zentren im Jahr 2023 und elf im Jahr 2024. Damit wird dies ein zunehmend wichtiger Bereich der Zusammenarbeit zwischen den Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments und den Vertretungen.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge und Immobilienverträge.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.2.3 Netze und lokale Öffentlichkeitsarbeit

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die Auftragsvergabe deckt Schulungen und Unterstützungsmaßnahmen für die folgenden Netze unter dem Dach von Europe Direct ab:

- die EUROPE-DIRECT-Zentren¹⁹
- die Europäischen Dokumentationszentren
- das Referentinnen- und Referentennetz „Team EUROPE DIRECT“²⁰

Damit die Netzmitglieder besser über die Politik der EU informiert sind und die Netze insbesondere hinsichtlich der politischen Prioritäten der Kommission auf dem neuesten Stand bleiben, bietet die GD Kommunikation Seminare, PR-Aktivitäten sowie Informationsdienste und -material an.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.2.4 Informationen für Journalisten

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

¹⁹ Vormals „Europe-Direct-Informationszentren“.

²⁰ Vormals „Team Europe“.

Die Auftragsvergabe deckt die Organisation von Informationsveranstaltungen, Besuche bei den Organen und Einrichtungen der EU, Besuche in den Studios der Kommission, die Bereitstellung audiovisueller Inhalte und Informationen für Journalisten, technische Unterstützung für Journalisten, Pressekonferenzen und Newsletter ab.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.3 Haushaltslinie 07 20 04 04 Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger – 17 134 200 EUR

Die Produkte und Dienste der GD Kommunikation sind darauf ausgelegt, die breite Öffentlichkeit durch einfache, klare und verständliche Botschaften zu informieren und anzusprechen. Sie erleichtern den Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zu aktuellen, benutzerfreundlichen Informationen über die Politik und die Werte der EU und fördern ihr Bewusstsein und Verständnis für europäische Themen, sodass eine direkte Kontaktaufnahme mit der Kommission – online oder persönlich – wahrscheinlicher wird.

Über diese Haushaltslinie sollen allgemeine Informations- und institutionelle Kommunikations- bzw. Kontaktaufnahmeaktivitäten finanziert werden, die sich an die Bürgerinnen und Bürger in allen Mitgliedstaaten richten. Die Kosten für diese Aktivitäten und gegebenenfalls deren Evaluierung und Professionalisierung trägt hauptsächlich die GD Kommunikation.

Maßnahmen zur Förderung der Bürgerbeteiligung, darunter die Folgemaßnahmen der Konferenz zur Zukunft Europas, werden ebenfalls über diese Haushaltslinie finanziert.

Beschreibung der wichtigsten Aktivitäten im Rahmen der Haushaltslinie 07 20 04 04

4.3.1 Netze – Verwaltung und Unterstützung

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die Auftragsvergabe deckt Schulungen und Unterstützungsmaßnahmen für die drei Netze unter dem Dach von Europe Direct²¹ ab und dient der Förderung der Zusammenarbeit zwischen allen EU-Netzen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und:

- den EUROPE-DIRECT-Zentren
- den Europäischen Dokumentationszentren
- dem Referentinnen- und Referentennetz „Team EUROPE DIRECT“²²

²¹ Gemäß dem Beschluss C(2017) 8516 der Kommission vom 18. Dezember 2017.

²² Angesichts der Europawahlen, die im Frühling 2024 stattfinden sollen, ist die Stärkung des EUROPE-DIRECT-Netzes besonders wichtig und aktuell.

Damit die Netzmitglieder besser über die Politik der EU informiert sind und die Netze insbesondere hinsichtlich der politischen Prioritäten der Kommission auf dem neuesten Stand bleiben, bietet die GD Kommunikation Seminare, PR-Aktivitäten sowie Informationsdienste und -material an.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.3.2 Informationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie deckt den Betrieb und die Weiterentwicklung des Europe-Direct-Kontaktzentrums (EDCC) ab, das kostenlos und in mehreren Sprachen allgemeine Informationen über EU-Themen zur Verfügung stellt. Wie im Jahr 2022 wird das EDCC weiterhin auch Informationen in ukrainischer und russischer Sprache anbieten.

Das Ziel dieser Aktivitäten besteht darin, den Bürgerinnen und Bürgern Zugang zu relevanten allgemeinen und speziellen Informationen über die Arbeit der Organe und die Entscheidungen der EU zu verschaffen.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich Einzelverträgen auf der Grundlage der bestehenden Rahmenverträge für das EDCC.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.3.3 Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Ziel der Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie ist die Finanzierung physischer und digitaler Mittel für die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürgern wie etwa der Bürgerforen. Die Verantwortung dafür teilen sich die GD Kommunikation als federführende Dienststelle für die Bürgerbeteiligung und die für die jeweilige Politik zuständigen Generaldirektionen. Die GD Kommunikation wird auch eine zentrale Anlaufstelle für die Beteiligung und das Engagement der Bürgerinnen und Bürger im Internet einrichten. Dafür wird die für die Konferenz eingerichtete mehrsprachige digitale Plattform genutzt und um neue Funktionen ergänzt. Durch den so entstehenden neuen Bereich für Bürgerforen und Online-Engagement in Europa sollen die partizipativen Prozesse verbessert werden. Es werden Verträge ausgearbeitet, um diese neuen partizipativen Formate zu ermöglichen.

Die GD Kommunikation und das Zentrum für deliberative Demokratie der Gemeinsamen Forschungsstelle entwickeln mit der Unterstützung einer dienststellenübergreifenden Gruppe für Bürgerbeteiligung gemeinsam einen institutionellen Leitfadens zur Bürgerbeteiligung sowie eine Vertragssammlung, die von den verschiedenen Generaldirektionen genutzt werden kann.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge für Kommunikationsmaßnahmen der Kommission, die im Zusammenhang mit ihren Politischen Leitlinien stehen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.3.4 Besucherzentrum

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Das Besucherzentrum in Brüssel hat eine zentrale Kommunikationsfunktion. Es bietet den Besucherinnen und Besuchern Einblicke in die Arbeit der Kommission als politischer Exekutive der EU und Erklärungen zu den EU-Politikbereichen.

Die organisierten Besuche richten sich nach den Prioritäten der Kommission. Das Besucherzentrum empfängt zahlreiche hochrangige Besuchergruppen und wichtige Multiplikatoren, die zwischen drei Programmoptionen wählen können (allgemeine, spezielle oder maßgeschneiderte Informationsbesuche²³). Mit dem Modernisierungsprojekt wird das Ziel verfolgt, schwer erreichbare Zielgruppen anzusprechen und das Zentrum durch die Einführung interaktiver digitaler Tools für jüngere Menschen attraktiver zu machen.

Die Räumlichkeiten des Besucherzentrums wurden im Zeitraum 2021-2022 erheblich renoviert. Die Gestaltung der Besucheranlagen, die zum Teil im September 2022 eröffnet wurden, ist vom Neuen Europäischen Bauhaus inspiriert.

Da das Besucherzentrum derzeit nur Besuchergruppen nach vorheriger Anmeldung empfängt, eröffnete die GD Kommunikation im Februar 2022 in Brüssel eine neue digitale Ausstellung namens Experience Europe, die allgemein zugänglich ist.

²³ 1. Allgemeiner Informationsbesuch – 90 Minuten. Eine Präsentation über die Rolle der Europäischen Kommission innerhalb der EU, gefolgt von einer Fragerunde. Richtet sich an Menschen, z. B. Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe, die bislang nur wenig oder gar nichts über die EU wissen.

2. Spezieller Informationsbesuch – 2½ Stunden. Eine Einführung zur Rolle der Europäischen Kommission innerhalb der EU, gefolgt von einer Präsentation über einen speziellen EU-Politikbereich, der für die Gruppe von unmittelbarem Interesse ist. Geeignet für Studierende und Gruppen mit einem speziellen Interesse.

3. Maßgeschneiderter Besuch – bis zu 1½ Tage. Ein speziell auf die Interessen der Gruppe zugeschnittenes Programm mit einer Einführung zur Rolle der Europäischen Kommission innerhalb der EU, gefolgt von bis zu vier Präsentationen über spezielle EU-Politikbereiche durch Kommissionsbedienstete, die mit diesen Themen befasst sind. Richtet sich an Journalisten, nationale, regionale und lokale Parlamente und Regierungen, Unternehmensverbände, Fachleute aus dem öffentlichen und privaten Sektor, Gewerkschaften und Akademiker, einschließlich Doktoranden und Forschungsstudierenden.

Im Jahr 2023 sollen durch die Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie die Kosten der Organisation physischer und virtueller Besuche bei der Kommission gedeckt werden. Dies betrifft das Besucherzentrum in Brüssel und Besuche und allgemeine Öffentlichkeitsarbeit im Zusammenhang mit dem Informationszentrum „Experience Europe“ in Brüssel (14, Rond-Point Schuman) sowie mit den bereits eingerichteten Erlebnis-Europa-Zentren in den Mitgliedstaaten²⁴ und denjenigen, die 2023 in anderen EU-Hauptstädten eröffnet werden sollen.

Auch die Betriebskosten und die laufenden Kosten, z. B. für die Verwaltung der Ausrüstung, mit der Kommunikationsinhalte bereitgestellt werden, die technologische und inhaltliche Entwicklung und Erweiterung, die Anpassung der Inhalte sowie Support- und Wartungsdienste, werden durch diese Haushaltslinie gedeckt. Die Entwicklung der neuen Kommunikationsstationen und Inhalte wird fortgesetzt, begleitet von neuen Formaten für physische, virtuelle und hybride Besuche und einer Werbekampagne.

Die Haushaltslinie deckt die Kosten für die Modernisierung des Besucherzentrums einschließlich der Einführung eines neuen Kommunikationskonzepts und Designs für das Zentrum sowie neuer Formate und Tools für virtuelle Besuche.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge für logistische Dienstleistungen (Hotels, Restaurants, Beförderung vor Ort usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.3.5 Veröffentlichungen und Gesamtbericht

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die Auftragsvergabe deckt die Ausgaben für die Produktion, Verbreitung und Vermarktung von Online- und Offline-Veröffentlichungen und Kommunikationsmaterialien für Menschen jeden Alters ab, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf der Gruppe der 5- bis 18-Jährigen liegt. In diesen Veröffentlichungen und Materialien wird beschrieben, was die Europäische Union ist, was sie tut, welche politischen Prioritäten sie hat und wie die Menschen davon profitieren.

Die über diese Haushaltslinie finanzierten Veröffentlichungen umfassen die in den Verträgen vorgesehenen Veröffentlichungen sowie sonstige institutionelle oder Referenzveröffentlichungen, etwa den Gesamtbericht über die Tätigkeit der EU. Auch die regelmäßige Aktualisierung der Karten der EU, die allen Generaldirektionen der Kommission zur Verfügung gestellt werden, wird über diese Haushaltslinie finanziert.

Alle Online- und Offline-Veröffentlichungen und Kommunikationsmaterialien, einschließlich der interinstitutionellen und mehrsprachigen Website „Lernecke“, eignen sich für ein breites Spektrum an

²⁴ Berlin, Ljubljana, Helsinki, Kopenhagen, Tallinn, Paris, Rom und Stockholm.

Ziel- und Altersgruppen in den Mitgliedstaaten und darüber hinaus. Bei der Erstellung und Verbreitung von Materialien werden die Anforderungen der Barrierefreiheit berücksichtigt.

Die Haushaltslinie deckt außerdem Feedback- und Testaktivitäten ab, mit denen die Qualität der Veröffentlichungen und Online-Materialien weiter verbessert werden soll, sowie gegebenenfalls erforderliche Studien.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Verträge für Veröffentlichungen über Themen von aktueller Bedeutung wie die politischen Prioritäten der Kommission oder in den Verträgen vorgeschriebene Veröffentlichungen wie den Gesamtbericht.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.

4.4 Haushaltslinie 14 20 04 03 Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln – 2 710 000 EUR

Beschreibung der wichtigsten Aktivitäten im Rahmen der Haushaltslinie 14 20 04 03

4.4.1 Institutionelle Kommunikation

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die Haushaltslinie deckt gemäß der Mitteilung über die Maßnahme für institutionelle Kommunikation 2021-2023 im Mehrjährigen Finanzrahmen 2021-2027 vom 18. Dezember 2020 (C(2020) 9390) Beiträge anderer Dienststellen zu den institutionellen Kommunikationsmaßnahmen im Jahr 2023 ab (Gemeinsame Außen- und Sicherheitspolitik, Außenbeziehungen, internationale Zusammenarbeit und internationale Partnerschaften, Europäische Nachbarschaftspolitik, Erweiterung, Konfliktverhütung und humanitäre Politik/Programme).

Da die institutionelle Kommunikation das wichtigste Instrument der Kommission ist, um die Europäerinnen und Europäer zu erreichen und über politische Maßnahmen zu informieren, die sich direkt auf ihr Leben auswirken, besteht das übergeordnete Ziel darin, den Mehrwert der EU-Unterstützung in verschiedenen Lebensbereichen der Menschen aufzuzeigen. Darüber hinaus ist es wichtig, die Bemühungen der EU und ihre erhebliche Unterstützung für Nachbarländer hervorzuheben, die durch eine Partnerschaft mit der Europäischen Union verbunden sind, einschließlich der Kandidatenländer und potenziellen Kandidaten für eine EU-Mitgliedschaft. Dies hat angesichts der Auswirkungen des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine noch an Bedeutung gewonnen.

Durch die NextGenerationEU-Kampagne werden die Menschen 2023 weiter über die Anstrengungen informiert, die die EU sowohl im Hinblick auf das öffentliche Gesundheitswesen als auch unter wirtschaftlichen Aspekten für die Erholung von der weltweiten COVID-19-Krise unternimmt. Im Rahmen der Kampagne wird auch die führende Rolle der EU bei der Bekämpfung des Klimawandels erläutert und weiterhin über das Ziel der CO₂-Neutralität bis 2050, den Grünen Deal und die damit zusammenhängenden umweltpolitischen Strategien von europäischer und weltweiter Bedeutung informiert, z. B. im Bereich der biologischen Vielfalt. 2023 stehen im Zentrum der Kampagne die durch

das Konjunkturprogramm finanzierten Projekte und deren konkrete Vorteile für die lokalen Gemeinschaften.

Global Gateway wird der Öffentlichkeit 2023 als der Beitrag präsentiert, den die EU zur Verringerung der globalen Investitionslücke im Zusammenhang mit dem grünen und dem digitalen Wandel jenseits der europäischen Grenzen und zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und der Sicherheit der globalen Lieferketten leistet. Der Schwerpunkt wird auf unseren gemeinsamen Investitionen in eine gemeinsame Zukunft liegen, die das langfristige Engagement der EU für starke, auf Prinzipien beruhende und gewinnbringende Beziehungen zu Partnerländern und -regionen zeigen.

Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine hat die Notwendigkeit der Energieunabhängigkeit von Russland, des Verzichts auf fossile Brennstoffe und der Dekarbonisierung unserer Wirtschaft durch Energieeffizienz und erneuerbare Energiequellen deutlich gemacht. Am 20. September 2022 startete die Kommission über verschiedene Medienkanäle wie Radio, Plakate, Websites und soziale Medien die institutionelle Kommunikationskampagne „You are EU“, die sich an die breite Öffentlichkeit und insbesondere an Familienhaushalte richtet. Die institutionellen Kommunikationskampagnen werden auch 2023 der sich wandelnden geopolitischen Lage Rechnung tragen. Die drohende Energieknappheit auf dem gesamten Kontinent macht deutlich, wie wichtig es ist, mit den Bürgerinnen und Bürgern darüber zu kommunizieren, wie eine potenzielle Brennstoffkrise überwunden werden kann.

Die GD Kommunikation wird weiterhin Inhalte erstellen und verbreiten, in denen zu verantwortungsbewussten und gesellschaftlich wünschenswerten Maßnahmen aufgerufen wird, insbesondere zu individuellen Maßnahmen zur Verkleinerung des CO₂-Fußabdruck nach der Devise „Global denken, lokal handeln“. Wie in den Vorjahren werden die Botschaften der NextGenerationEU-Kampagne sowohl innerhalb als auch außerhalb der Europäischen Union über digitale Kanäle und über herkömmliche Medien wie das Fernsehen verbreitet.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge für die integrierten Kampagnen, Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen, Media-Einkauf, Kreativ- und Strategie-Dienstleistungen sowie thematische Kommunikationsmaßnahmen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen.