

# ANHANG

## Arbeitsprogramm 2024 im Bereich Kommunikation

„Die Menschen in Europa wünschen sich eine Union, die in einer Zeit des Wettlaufs der Großmächte für sie einsteht. Aber auch eine Union, die sie als Partner und Verbündete im täglichen Kampf schützt und ihnen zur Seite steht. **Und wir werden auf sie hören.** Was den Europäerinnen und Europäern wichtig ist, ist wichtig für Europa. ... Wieder einmal gilt – dies ist für Europa der Moment, sich seinem historischen Auftrag zu stellen.“<sup>1</sup>

### Teil I – Allgemeiner Überblick: Politischer Kontext

Die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission fußt auf ihrer politischen Autonomie und ihren institutionellen Befugnissen<sup>2</sup>. Im Zentrum des Arbeitsprogramms 2024 der GD Kommunikation stehen deshalb:

- die Unterstützung der Prioritäten der Kommission gemäß den politischen Leitlinien, den Reden zur Lage der Union und dem Arbeitsprogramm der Kommission für 2024<sup>3</sup>,
- der Strategieplan der GD Kommunikation für den Zeitraum 2020–2024<sup>4</sup>,
- die Mitteilung über die Folgemaßnahmen zur Konferenz zur Zukunft Europas: „Von der Vision zu konkreten Maßnahmen“<sup>5</sup> und
- die strategische Agenda der EU für den Zeitraum 2019–2024<sup>6</sup> mit Empfehlungen der Kommission für eine Kommunikation im Dienste der Menschen und der Demokratie, die weitgehend bis heute gültig sind.

In den letzten Jahren haben wir uns großen Herausforderungen wie der COVID-19-Pandemie, der Energiekrise und dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine erfolgreich gestellt. Diese Errungenschaften, die durch gemeinsame Anstrengungen erzielt wurden, zeigen, dass die EU in der Lage ist, historischen Herausforderungen die Stirn zu bieten – eine Fähigkeit, die auch weiterhin auf die Probe gestellt werden wird. Die GD Kommunikation wird daher in erster Linie aufzeigen, was die Kommission und die EU im Hinblick auf einen tatsächlichen Nutzen für Europa und seine Bürgerinnen und Bürger

---

<sup>1</sup> Rede zur Lage der Union 2023, 13. September 2023.

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

<sup>3</sup> COM(2023) 638 vom 17. Oktober 2023.

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> COM(2022) 404 final vom 17. Juni 2022.

<sup>6</sup> COM(2019) 218 vom 30. April 2019.

erreichen können, und die Rolle der EU in einem komplexen geopolitischen Umfeld veranschaulichen. Dazu gehören auch die Fortschritte bei der Agenda der Kommissionspräsidentin für ein grünes, digitales und geopolitisches Europa.<sup>7</sup>

In ihrer Rede zur Lage der Union 2023 betonte die Präsidentin: „In den kommenden 300 Tagen müssen wir die Aufgaben zu Ende bringen, die sie [die Europäerinnen und Europäer] uns anvertraut haben.“ Wir werden unsere Kommunikation daher auch auf die noch zu erledigende Arbeit konzentrieren und sicherstellen, dass die europäischen Bürgerinnen und Bürger die EU-Politik weiterhin unterstützen, indem wir ihnen zuhören und mit ihnen in Dialog treten.

Die GD Kommunikation wird ihre Bemühungen darauf konzentrieren, unsere Errungenschaften und die vor uns liegenden Herausforderungen im Vorfeld der Europawahl 2024 verstärkt zu kommunizieren.

Die Kommunikation wird sich auf Folgendes konzentrieren:

- **Umsetzung des europäischen Grünen Deals:** Wir werden nicht nur aufzeigen, wie wir damit unsere klimapolitischen Ziele erreichen können, sondern auch, wie er Möglichkeiten für eine robuste klimaneutrale Industrie schafft und damit gleichzeitig ein fairer und gerechter Übergang gewährleistet wird. In unserer Botschaft werden wir die Bedeutung der Landwirtschaft und des Erhalts der natürlichen Umwelt hervorheben.
- **Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz:** Wir werden unser Engagement für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz sowohl innerhalb des EU-Binnenmarktes als auch im Rahmen unserer Strategie für wirtschaftliche Sicherheit deutlich machen. Unsere Maßnahmen werden sich auf die Herausforderungen des Arbeitsmarktes, die Förderung der Kompetenzentwicklung und die Erleichterung der Geschäftstätigkeit in Europa konzentrieren. Wir werden wichtige Initiativen wie den Gipfel der Sozialpartner in Val Duchesse, das KMU-Paket, unsere anstehenden Vorschläge zur Verringerung des Berichtsaufwands und Mario Draghis Bericht über die Zukunft der europäischen Wettbewerbsfähigkeit in den Fokus rücken.
- **Geopolitisches Europa:** Unsere Kommunikation wird sich hinsichtlich der Zusammenarbeit mit globalen Partnern und der Umsetzung der Global-Gateway-Strategie und ihrer vorrangigen Projekte für 2024 – auch durch unsere Wirtschafts- und Investitionspläne für die Nachbarschafts- und Erweiterungsregionen – am erfolgreichen Konzept „Team Europe“ orientieren. Wir werden unser Engagement für Afrika und die Entwicklung eines neuen strategischen Ansatzes in den Vordergrund stellen, der auf dem bevorstehenden Gipfeltreffen zwischen der Europäischen Union und der Afrikanischen Union erörtert werden soll.
- **Führungsrolle in den Bereichen Digitales und künstliche Intelligenz:** Wir werden die Errungenschaften der EU in den Bereichen Digitales und künstliche Intelligenz (KI) vermitteln und dabei unsere bahnbrechenden Fortschritte im Zusammenhang mit dem Gesetz über digitale Dienste, dem Gesetz über digitale Märkte und dem Gesetz über künstliche Intelligenz hervorheben. Unsere Botschaft wird sich darauf konzentrieren, wie diese Entwicklungen globale

---

<sup>7</sup> Die Politischen Leitlinien 2019–2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und die vier Reden zur Lage der Union, die Präsidentin von der Leyen am 16. September 2020, am 15. September 2021, am 14. September 2022 und am 13. September 2023 im Europäischen Parlament hielt, sind weiterhin wichtige Bezugspunkte für die Arbeit der GD Kommunikation. Ebenso werden die politischen Leitlinien der Präsidentin bzw. des Präsidenten der Kommission für das Jahr 2024 eine klare Richtschnur für die Arbeit der GD Kommunikation in der zweiten Hälfte des Jahres 2024 darstellen.

Standards für Innovation und Vertrauenswürdigkeit setzen und wirksam zur Bekämpfung von Desinformation beitragen.

- **Migration und Asyl:** Wir werden unsere Antwort auf die europäischen Herausforderungen in den Bereichen Migration und Asyl darlegen und dabei die Annahme und Umsetzung des neuen Pakts hervorheben. Außerdem werden wir unsere Maßnahmen zur Bekämpfung der Schleuserkriminalität herausstreichen.
- **Ukraine:** In unserer Kommunikation werden wir unsere anhaltende, unerschütterliche Solidarität mit der Ukraine und unser Engagement für die Unterstützung des Wiederaufbaus des Landes durch die Umsetzung der Fazilität für die Ukraine bekräftigen. Wir werden die Entwicklungen in unseren Mitgliedstaaten genau beobachten und zentrale Themen wie Getreideausfuhren und militärische Unterstützung in den Vordergrund stellen.
- **EU-Erweiterung:** Anlässlich des 20. Jahrestages der Erweiterung von 2004 werden wir unser Engagement, Erfolge der Vergangenheit als Motor des Fortschritts zu wiederholen, deutlich machen. Die Vorteile der EU-Erweiterung (für beide Seiten) sollten hervorgehoben und in Erinnerung gerufen werden.
- **NextGenerationEU:** Wir werden unsere Sensibilisierung für das EU-Aufbauprogramm (NextGenerationEU) fortsetzen.
- **Europawahl:** Wir werden uns darauf konzentrieren, den Wert der EU unter Beweis zu stellen, indem wir die Demokratie in den Vordergrund stellen und unsere Versprechen einlösen.

Unsere Kommunikationsarbeit wird im Jahr 2024 einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, die Öffentlichkeit über diese wichtigen Prioritäten zu informieren und sie einzubinden. Unsere Maßnahmen werden mithelfen, dass unsere Botschaften Gehör finden und zu einer prosperierenden und nachhaltigen Zukunft Europas beitragen. Angesichts der sich abzeichnenden Prioritäten muss unsere Arbeit jedoch lebendig, flexibel, innovativ und für die Bürgerinnen und Bürger, die Mitgliedstaaten, die Zivilgesellschaft und die Interessenträger ansprechend bleiben.

Für das Jahr 2024 hat sich die GD Kommunikation zum Ziel gesetzt:

- der Präsidentin und den Mitgliedern der Kommission erstklassige Kommunikationsdienste zur Verfügung zu stellen
- Desinformation wirksam zu bekämpfen, auch im Zusammenhang mit dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine und dem Konflikt im Nahen Osten, dem Klimawandel und der Migration, und auch positive Erfolgsgeschichten des EU-Engagements in diesen Regionen bzw. zu diesen Themen zu erzählen
- die politischen Prioritäten mit modernen und innovativen Kommunikationsprodukten, wirkungsvollen institutionellen Kommunikationskampagnen und einer verbesserten Internetpräsenz zu unterstützen
- die Interaktion mit den Bürgerinnen und Bürgern zu verstärken und ihre Standpunkte einzuholen, und zwar über unsere Vertretungen, die EUROPE-DIRECT-Zentren und das Pilotprojekt „Europa fängt in der Gemeinde an“; 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 Feedback einzuholen und zu analysieren, damit diese auf höherer Ebene in den Entscheidungsprozess einfließen können

- die Einbindung von Bürgerinnen und Bürger in Aktivitäten in Partnerschaft mit den politischen Generaldirektionen und dem Generalsekretariat zu fördern
- die Ergebnisse unserer Kommunikationsarbeit genau zu beobachten, um unseren Ansatz kontinuierlich zu verbessern und die Öffentlichkeit erfolgreich anzusprechen

Als federführende Stelle für die externe Kommunikation<sup>8</sup> wird die GD Kommunikation weiterhin dazu beitragen, die Kommunikationsarbeit der Kommission kohärenter zu machen, und zwar durch Folgendes:

- Leitung institutioneller Kommunikationskampagnen und -maßnahmen
- Koordinierung der Präsenz der Kommission in den sozialen Medien über die zentralen Konten und die Konten der Vertretungen oder andere lokale Konten
- führende Rolle im Hinblick auf einen zentralisierten Ansatz der Kommission für die visuelle Kommunikation und bei der Durchsetzung der Leitlinien zur visuellen Identität für die wichtigsten Prioritäten
- Straffung der Auftragsvergabe im Bereich der Kommunikation durch zentralisierte Rahmenverträge und das dynamische Beschaffungssystem sowie Verbesserung ihrer Unterstützung anderer Generaldirektionen und EU-Delegationen
- Aufrechterhaltung der Internetpräsenz der Kommission über die Domain „Europa“
- Verbesserung der Bürgerbeteiligungsarbeit der Kommission in Zusammenarbeit mit den politischen Generaldirektionen

Können die für diese oder andere Aktivitäten vorgesehenen Mittel nicht wie geplant ausgegeben werden, hat die GD Kommunikation durch die Flexibilitätsklausel in Artikel 3 des Beschlusses der Kommission zur Finanzierung der operativen Tätigkeiten der Generaldirektion Kommunikation und zur Annahme des Arbeitsprogramms 2024 die Möglichkeit, bis zu 20 % des Gesamtbetrags des Arbeitsprogramms zur Finanzierung von Kommunikationsaktivitäten von einer Haushaltslinie in eine andere zu verlagern.

---

<sup>8</sup> SEC(2016) 170 vom 4. April 2016 und C(2019) 2329 vom 26. März 2019.

## Teil II – Finanzhilfen, Preisgelder und Auftragsvergabe

### 1. Einleitung

Das Arbeitsprogramm enthält die zu finanzierenden Maßnahmen und die Mittelaufschlüsselung für das Jahr 2024 auf der Grundlage der Ziele und erwarteten Ergebnisse in den Erläuterungen zum Haushaltsplan unter der Rubrik 2B: „In Menschen investieren, sozialer Zusammenhalt und Werte“, Titel 07 20 04<sup>9</sup>, im Entwurf des Gesamthaushaltsplans der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2024 und der Ziele des Strategieplans der GD Kommunikation für den Zeitraum 2020–2024<sup>10</sup>:

Haushaltslinie	Aktivität	Finanzhilfen (Punkt 2)	Preisgelder (Punkt 3)	Auftragsvergabe (Punkt 4)	<b>INSGESAMT</b> (in EUR)
07 20 04 02	Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste			48 334 000	<b>48 334 000</b>
07 20 04 03	Vertretungen der Kommission	1 200 000	97 000	26 773 000	<b>28 070 000</b>
07 20 04 04	Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger	15 648 800		17 419 200	<b>33 068 000</b>
<b>Zwischensumme</b>		<b>16 848 800</b>	<b>97 000</b>	<b>92 526 200</b>	<b>109 472 000</b>
14 20 04 03	Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln <sup>11</sup>			4 650 000	<b>4 650 000</b>
<b>INSGESAMT</b>		<b>16 848 800</b>	<b>97 000</b>	<b>97 176 200</b>	<b>114 122 000</b>

**Rechtsgrundlage:** Die Kommunikationsarbeit der Kommission fußt auf ihrer politischen Autonomie und ihren institutionellen Befugnissen<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> COM(2023) 300 vom 5. Juli 2023.

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> Mitteilung „Maßnahme für institutionelle Kommunikation 2024-2027 im Mehrjährigen Finanzrahmen 2021–2027“, C(2023) 6467 final vom 29.9.2023.

<sup>12</sup> Siehe Fußnote 2.

Mittel aus zwei der in der vorstehenden Tabelle aufgeführten Haushaltslinien werden zur Kofinanzierung institutioneller IT-Systeme und -Dienste auf die GD Digitale Dienste übertragen; die Umsetzung soll mittels Dienstleistungsaufträgen erfolgen. Die Beträge belaufen sich auf 5 % der Mittelausstattung der jeweiligen Haushaltslinie. Wie in der Mitteilung der Kommission über die Leitlinien zur Finanzierung von Informationstechnologie (IT) und Cybersicherheit<sup>13</sup> angekündigt, wird die Haushaltslinie 07 20 04 02 mit 2 416 700 EUR und die Haushaltslinie 07 20 04 04 mit 1 653 400 EUR zum institutionellen IT-Budget beitragen.

---

<sup>13</sup> C(2020) 6126 vom 10. September 2020.

## 2. Finanzhilfen

Die im Rahmen dieses Arbeitsprogramms 2024 vorgesehene globale Mittelausstattung für Finanzhilfen beträgt **16 848 800 EUR**.

	<b>Haushaltlinie</b>	<b>Aktivität</b>	<b>2024</b>
2.1	07 20 04 04	Informationszentren (EUROPE-DIRECT-Zentren)	15 648 800
2.2	07 20 04 03	Kommunikationsmaßnahmen von Vertretungen	1 200 000
<b>INSGESAMT</b>			<b>16 848 800</b>

Die Haushaltslinien decken gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der im Folgenden beschriebenen Kommunikationsaktivitäten ab.

Die Kommunikation mit der Öffentlichkeit ist für die Organe, Einrichtungen und sonstigen Stellen der EU von entscheidender Bedeutung. Damit soll sichergestellt werden, dass die Bürgerinnen und Bürger über die EU-Politik informiert sind und diese verstehen und dass sie über die für sie relevanten EU-Themen weitgehend Bescheid wissen. Um die öffentliche Kommunikation der Kommission zu verbessern, vergibt die GD Kommunikation seit 2012 Rahmenverträge für Evaluierungen und evaluierungsbezogene Studien sowie Kommunikationsdienstleistungen. Der derzeitige Rahmenvertrag für den Zeitraum 2021–2024 läuft im Dezember 2024 aus. Die GD Kommunikation wird daher im Jahr 2024 eine interinstitutionelle Ausschreibung für Mehrfach-Rahmenverträge für Folgenabschätzungen, Evaluierungen und evaluierungsbezogene Studien sowie Kommunikationsdienstleistungen veröffentlichen. Ziel ist es, dass der neue Rahmenvertrag am 1. Januar 2025 in Kraft tritt.

### **2.1 Informationszentren (EUROPE-DIRECT-Zentren)<sup>14</sup> werden im Jahr 2024 15 648 800 EUR erhalten**

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.

#### *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.)

---

<sup>14</sup> Vormals „Europe-Direct-Informationszentren“.

- Übertragung unserer institutionellen Kommunikation auf die lokale Ebene
- Beitrag zur Einführung bzw. durchgängigen Berücksichtigung der Unionsbürgerschaft und der politischen 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 für eine direkte Gewährung infrage kommen*

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 und Einrichtungen der allgemeinen oder beruflichen Bildung 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 2021–2025<sup>15</sup> 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 dieser 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 werden sich im Jahr 2024 auf 1 200 000 EUR belaufen**

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

#### *Beschreibung, Ziele und erwartete Ergebnisse*

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2024 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019–2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und im Arbeitsprogramm der Kommission für 2024 festgelegt sind. Im Vorfeld der Europawahl 2024 wird sich die Kommunikation auf die Frage konzentrieren, welche konkreten Vorteile die EU sowohl für Europa als auch für die Europäerinnen und Europäer bringt. 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 Feedback einzuholen und zu analysieren, damit diese auf höherer Ebene in den

---

<sup>15</sup> Im Einklang mit dem Arbeitsprogramm der GD Kommunikation für 2021 vom 7. Dezember 2020 (C(2020) 8492).



Entscheidungsprozess einfließen können. Die Aktivitäten werden dazu beitragen, den Bürgerinnen und Bürgern und besonders den jungen Menschen ein positiveres Bild der EU zu vermitteln und Desinformation zu bekämpfen.

Sie sollen helfen, die Beziehungen zwischen der Öffentlichkeit und der EU zu stärken, insbesondere durch die Information der Bürgerinnen und Bürger über die Rolle und die Tätigkeiten der verschiedenen Institutionen der EU und durch einen Beitrag zur Steigerung der Bürgerbeteiligung an der EU. Regionale und lokale Partner sowie Partner aus der Zivilgesellschaft, darunter Mitglieder des Ausschusses der Regionen und des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses sowie Mitglieder des Netzwerks „Europa fängt in der Gemeinde an“, werden ebenfalls dazu beitragen, den Kontakt zu den Bürgerinnen und Bürgern zu intensivieren.

#### *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, die für eine direkte Gewährung infrage kommen*

Beschreibung der Aktivitäten, die mit der (den) im Rahmen von (einer) Partnerschaftsrahmenvereinbarung(en) direkt gewährten Einzelfinanzhilfe(n) finanziert werden sollen, sowie der verfolgten Ziele und der erwarteten Ergebnisse

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*

Die Initiative wurde von der GD Kommunikation direkt über eine mehrjährige Partnerschaftsrahmenvereinbarung ohne Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen und über besondere maßnahmenbezogene Finanzhilfen im Jahr 2023 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.

Es handelt sich um eine Einrichtung, die speziell mit der Durchführung von Aktivitäten betraut ist, 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 direkten Gewährung ist auch in der Vergabeentscheidung anzugeben.

## **3. Preisgelder**

Die globale Mittelausstattung für Wettbewerbe im Rahmen dieses Arbeitsprogramms 2024 beträgt **97 000 EUR**.

<b>Haushaltlinie</b>	<b>Aktivität</b>	<b>2024</b>
07 20 04 03	Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen	97 000

Die Haushaltslinie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der im Folgenden beschriebenen Kommunikationsaktivitäten ab.<sup>16</sup>

### *Beschreibung, Ziele und erwartete Ergebnisse*

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2024 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019–2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und in den entsprechenden Arbeitsprogrammen der Kommission festgelegt sind, wobei die wesentlichen Zielvorgaben aus der Rede der Präsidentin zur Lage der Union und die zentralen Prioritäten der neuen Kommission zu berücksichtigen 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

---

<sup>16</sup> Wie unter Punkt 2 erläutert wird die GD Kommunikation im Jahr 2024 eine Ausschreibung für Mehrfach-Rahmenverträge für Folgenabschätzungen, Evaluierungen und evaluierungsbezogene Studien sowie Kommunikationsdienstleistungen veröffentlichen.

Schulen und Journalisten richten. Die Aktivitäten richten sich nach den Leitlinien des Lenkungsausschusses für institutionelle Kommunikation (Corporate Communication Steering Committee – CCSC).<sup>17</sup>

*Art der Teilnehmer, an die sich der Wettbewerb richtet*

Die Zielgruppe bilden im Wesentlichen die europäischen 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 im Arbeitsprogramm 2024 für die Auftragsvergabe vorgesehenen Haushaltsmittel belaufen sich auf insgesamt **97 176 200 EUR**.

Haushaltslinie	Aktivität	2024
07 20 04 02	Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste	48 334 000
07 20 04 03	Vertretungen der Kommission	26 773 000
07 20 04 04	Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger	17 419 200
<b>Zwischen-summe</b>		<b>92 526 200</b>
14 20 04 03	Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln	4 650 000
<b>INSGESAMT</b>		<b>97 176 200</b>

Die Haushaltslinien decken gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der im Folgenden beschriebenen Kommunikationsaktivitäten ab.<sup>18</sup>

#### 4.1 Haushaltslinie 07 20 04 02 „Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste“ – Bereitstellung von 48 334 000 EUR für 2024

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 sowie Medienberatung, einschließlich hochwertiger länderspezifischer Informationen und Analysen aus einer

<sup>17</sup> Note on the follow-up actions for a more coherent approach for the next generations of EC prizes [Ares\(2023\)6690409](#).

<sup>18</sup> Wie unter Punkt 2 erläutert wird die GD Kommunikation im Jahr 2024 eine Ausschreibung für Mehrfach-Rahmenverträge für Folgenabschätzungen, Evaluierungen und evaluierungsbezogene Studien sowie Kommunikationsdienstleistungen veröffentlichen.

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 Stelle 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 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 thematischen Informationen über die Arbeit der Organe sowie die Politik und die Entscheidungen der EU zu verschaffen.

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2024 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019–2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und in den entsprechenden Arbeitsprogrammen der Kommission festgelegt sind, wobei die wesentlichen Zielvorgaben aus der Rede der Präsidentin zur Lage der Union und die zentralen Prioritäten der neuen Kommission zu berücksichtigen sind. Dies umfasst auch politische Initiativen im Zusammenhang mit der Reaktion der EU auf Russlands Invasion der 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.

Maßnahmen zur Förderung der Bürgerbeteiligung<sup>19</sup>, einschließlich der Organisation eines neuen europäischen Bürgerforums zum Thema Energieeffizienz sowie Online-Debatten auf der neuen Plattform für Bürgerbeteiligung, die Teil des überarbeiteten Portals „Ihre Meinung zählt“ sein wird.

*Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt – Beschreibung, wie die in diesem Arbeitsprogramm enthaltene(n) Maßnahme(n) in qualitativer und quantitativer Hinsicht zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt beiträgt/beitragen*

- Die GD Kommunikation wird im Jahr 2024 weiterhin über die Umsetzung des europäischen Grünen Deals kommunizieren, der zum Schutz unseres Planeten unerlässlich ist, aber auch eine Chance darstellt, unseren künftigen Wohlstand – mit einer starken klimaneutralen Industrie, aber auch einem fairen und gerechten Übergang – zu sichern.
- Wir werden weiterhin im Rahmen einer speziellen Untergruppe des kommissionsweiten Netzwerks gegen Desinformation irreführende Narrative zum Klimawandel aufspüren und ihnen entgegentreten.
- Im Jahr 2024 wird unter der Leitung der GD Klimapolitik eine Kampagne zur Entkräftung schädlicher Narrative zu Klimathemen durchgeführt.

---

<sup>19</sup> Im Einklang mit der Mitteilung COM(2022) 404 final über die Folgemaßnahmen in Bezug auf die Konferenz zur Zukunft Europas „Von der Vision zu konkreten Maßnahmen“.

- Das Social-Media-Team der Kommission unterstützt eine breite Palette von Kommunikationsmaßnahmen zur Förderung von Klimaschutz und biologischer Vielfalt, wobei in etwa 16 % der auf den zentralen Social-Media-Konten veröffentlichten Beiträge Klimathemen angesprochen werden.
- Der Grafikdesignbereich der Kommission unterstützt eine breite Palette von Kommunikationsmaßnahmen zur Förderung von Klimaschutz und biologischer Vielfalt, indem den Kabinetten, dem Sprecherdienst und den Generaldirektionen Bildmaterial zu diesem Thema zur Verfügung gestellt werden.
- Der audiovisuelle Dienst der Kommission unterstützt ein großes Spektrum von Kommunikationsmaßnahmen zur Förderung von Klimaschutz und biologischer Vielfalt (sowohl online als auch offline), indem er den Kabinetten, dem Sprecherdienst und den Generaldirektionen audiovisuelles Material zu diesem Thema zur Verfügung stellt.
- Zu diesen audiovisuellen Produktionen zählen Erklärvideos, Teaser für Legislativpakete, Berichterstattung über Pressekonferenzen und Veranstaltungen zum Thema Klimaschutz und biologische Vielfalt sowie die Produktion von Video-Stockshots und Illustrationsfotos, die den Medien, die über dieses Thema berichten wollen, zur Verfügung gestellt werden.
- Da es sich um den einzigen Speicherort für die Kommission handelt, werden durch die Vermeidung einer Vielzahl von Kopien auf verschiedenen Servern Ressourcen und Energie gespart. Alle externen Kommunikationsmaterialien zum Thema Klimaschutz und biologische Vielfalt sind auf dem AV-Portal abrufbar.
- Die GD Kommunikation trägt auch durch aktive Energieeffizienzmaßnahmen zum Schutz des Klimas und der biologischen Vielfalt bei. Dazu werden Cloud-Anbieter und IT-Lösungen ausgewählt, die umweltfreundliche Energiequellen nutzen oder bei Technologieentscheidungen auf die Umweltverträglichkeit achten.

## **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 2024 Folgendes:

- Unterstützung der politischen Web-Kommunikation durch Bereitstellung erstklassiger Inhalte und redaktionelle Betreuung der Websites der Kommission (z. B. Kollegium, Prioritäten, Aktuelles) und der interinstitutionellen Website der EU
- Unterstützung bei der Entwicklung und Pflege der Websites der Vertretungen und anderer Kommissionsdienststellen
- Ad-hoc-Erstellung von Inhalten und Pflege von Websites zur Unterstützung prioritärer politischer Initiativen und der Kommunikationsarbeit, einschließlich der neuen Einstiegswebsite für alle Bürgerbeteiligungsaktivitäten der Kommission
- Verbesserung und Durchsetzung der Web-Politik in der Domain „Europa“, einschließlich Überwachung der Leistung der Websites und ihrer Konformität mit entsprechenden Vorschriften und Standards (z. B. Datenschutz, Barrierefreiheit im Internet)
- Betrieb und Verbesserung der institutionellen Tools zur Unterstützung des Internetauftritts, einschließlich der Veröffentlichungsplattform auf der Domain „Europa“ und der Web-Tools
- Ausarbeitung und Umsetzung eines Aktionsplans zur Barrierefreiheit im Netz für die Kommission

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 an die GD Informatik und die GD Übersetzung.<sup>20</sup>

### **4.1.2 Eurobarometer und Datenanalyse**

#### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2024 umfassen Folgendes:

- Das Eurobarometer trägt im Einklang mit den politischen Prioritäten der Kommission zur Analyse der europäischen Politik (Auswirkungen und Bewertung) und zu einem genaueren Bild der öffentlichen Meinung in Europa bei. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die Reaktion der EU auf den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine und seine Folgen, die Solidarität mit der Ukraine und dem ukrainischen Volk und die Energieversorgungssicherheit, aber auch ganz allgemein in Bezug auf geopolitische Entwicklungen, wirtschaftliche Sicherheit, den ökologischen und digitalen Wandel, Migration und Asyl, Demokratie und Rechtsstaatlichkeit usw. wichtig.
- Eurobarometer-Umfragen werden regelmäßig durchgeführt und dienen der Analyse von Trends in der öffentlichen Meinung in den Mitgliedstaaten und gegebenenfalls in den Kandidatenländern und/oder anderen Ländern. Dies schließt allgemeine und Ad-hoc-Umfragen im Zusammenhang mit politischen Prioritäten der Kommission ein, die bestimmte Themen betreffen und/oder an bestimmte Zielgruppen gerichtet sind, sowie qualitative Studien. Diese Erkenntnisse liefern in Verbindung mit den anderen Instrumenten zur Beobachtung von Entwicklungen und zum Einholen von Meinungen wichtige Informationen für die politische Führung und fließen in wichtige Entscheidungsprozesse zur Umsetzung der EU-Prioritäten ein. Die GD Kommunikation wird weiterhin die wichtigsten „Standard-Eurobarometer-Umfragen“, die sich auf die langfristigen Trends und Hauptprioritäten der Kommission konzentrieren, sowie Ad-hoc-Umfragen zur Beobachtung sich neu abzeichnender Prioritäten durchführen. Sie wird auch weiterhin eng mit anderen Generaldirektionen zusammenarbeiten, die die Eurobarometer-Rahmenverträge in Anspruch nehmen, um sicherzustellen, dass die erhobenen Daten zur öffentlichen Meinung kohärent und von hoher Qualität sind.
- Diese Aktivität umfasst auch Maßnahmen zur Erhöhung der Datenanalysekapazität der GD Kommunikation, um Fehl- und Desinformation sowie die Verbreitung von Falschmeldungen (einschließlich der Leugnung des Klimawandels) zu bekämpfen

---

<sup>20</sup> Für alle Kodelegationen siehe „BESCHLUSS DER KOMMISSION zur Änderung des Beschlusses C(2022) 9304 der Kommission über die Internen Vorschriften für die Ausführung des Gesamthaushaltsplans der Europäischen Union (Einzelplan Kommission), gerichtet an die Dienststellen der Kommission“ (Beschlussverfahren läuft: PE/2023/8417 – ISC/2023/10531; Annahme voraussichtlich am 15. Dezember).

### *Vertragsarten*

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), Rahmenverträge für Eurobarometer-Umfragen, einschließlich eines neuen Vertrags für Flash-Eurobarometer-Umfragen (voraussichtlich 2025). Mit anderen Organen und Kommissionsdienststellen (z. B. Europäisches Parlament, GD Informatik, Gemeinsame Forschungsstelle) wurden Absichtserklärungen geschlossen.

### *Durchführung*

Von der GD Kommunikation durchgeführt.

#### **4.1.3 Fernsehstudios und Europe by Satellite**

### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Im Zentrum dieser Aktivitäten stehen 2024 die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2019–2024: „Eine Union, die mehr erreichen will“ und in den entsprechenden Arbeitsprogrammen der Kommission festgelegt sind, wobei die wesentlichen Zielvorgaben aus der Rede der Präsidentin zur Lage der Union und die zentralen Prioritäten der neuen Kommission und der sich verändernde politische und geopolitische Kontext zu berücksichtigen sind. 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

Folgende Aktivitäten werden durchgeführt:

- Betrieb der audiovisuellen Anlagen im Brüsseler Berlaymont-Gebäude<sup>21</sup> 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
- Anschaffung audiovisueller Geräte und Arbeitsmittel für die Hörfunk- und Fernsehstudios, sofern erforderlich
- Übertragung von Europe by Satellite, einschließlich der Anmietung von Bandbreite
- 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.

---

<sup>21</sup> Zwei Fernsehstudios (ein neues Studio wurde 2022 geschaffen) und ein Hörfunkstudio, ein Regieraum sowie Schnitt- und Grafikräume.

## *Durchführung*

Von der GD Kommunikation durchgeführt.

### **4.1.4 Berichterstattung in den Medien, audiovisuelle Mediathek und audiovisuelle Produktion**

#### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2024 sind:

#### 1) Foto- und Videoberichterstattung

- Produktion von Video- und Fotonachrichtenbeiträgen rund um die Kommission, die hauptsächlich für TV-Medien und soziale Medien bestimmt sind
- Produktion von Videos und Fotos zu aktuellen Themen, die die politischen Prioritäten der Kommission verdeutlichen
- Produktion von Illustrationsbildern im Jahr 2024, die speziell zur Unterstützung von Kommunikationsmaßnahmen über die Leistungsbilanz der Kommission, die Europawahl und die Ernennung der neuen Kommission bestimmt sind

#### 2) Videoproduktion

- Steigerung und Diversifizierung der Videoproduktion für die Öffentlichkeit unter Berücksichtigung der Anforderungen der Social-Media-Plattformen und der neuen Kommunikationstrends
- Produktion von Videos über die neue Kommission im Jahr 2024 für verschiedene Plattformen und Kanäle, in denen die neuen Kommissionsmitglieder vorgestellt werden

#### 3) Verbreitung und Vermarktung

- Organisation von Informationsveranstaltungen, Besuche in den Studios der Kommission, Bereitstellung audiovisueller Inhalte und technische Unterstützung für Journalisten
- 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) Audiovisuelle Mediathek und AV-Portal

- Konsolidierung des zentralen Archivs der Kommission für audiovisuelle Produktionen als Teil des Ansatzes „Synergien und Effizienzgewinne“
- Etablierung des audiovisuellen Portals als zentrale Verbreitungsplattform
- Bereitstellung aller Podcasts der Kommission als Audiodateien auf dem Portal der Kommission
- Fortsetzung der Arbeiten zur Erhaltung, Digitalisierung und Dokumentierung der Mediathek
- 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
- Verwaltung von audiovisueller Produktion, Untertitelung und Ankauf von Fotos

5) 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
- Unterstützung der Generaldirektionen und Agenturen durch die Verwaltung der institutionellen Rahmenverträge für audiovisuelle Medien

Besonderes Augenmerk wird auf eine wirkungsvollere positive audiovisuelle Kommunikation im Zusammenhang mit den politischen Prioritäten, den wichtigsten Errungenschaften während der Amtszeit dieser Kommission, der Vorstellung der neuen Kommission, dem Thema Medienkompetenz und den Gefahren von Fehl- und Desinformation gelegt werden.

*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), sprachliche Dienstleistungen für die Untertitelung von Videos und die Messung der Wirkung audiovisueller Tools.

*Durchführung*

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (DGT und RTD).

**4.1.5 Beobachtung und Auswertung der Medienberichterstattung**

*Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2024 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 gewährleisten 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- und audiovisuelle Medien) zur Medienwirksamkeit der politischen Prioritäten 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
- Ermittlung und Weiterverfolgung von Narrativen in den Medien im Zusammenhang mit den zentralen politischen Prioritäten, mit Schwerpunkt auf die Europawahl 2024

### *Vertragsarten*

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, IT, Kommunikationsdienstleistungen usw.), Rahmenverträge für die Medienbeobachtung; ein neuer Rahmenvertrag für Medienanalyse (voraussichtlich 2024–2025). Mit anderen Organen und Kommissionsdienststellen (z. B. Europäisches Parlament, GD Informatik, Gemeinsame Forschungsstelle) wurden Absichtserklärungen geschlossen.

### *Durchführung*

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

## **4.1.6 Abonnements**

### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Im Jahr 2024 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 (EAC).

## **4.1.7 Grafikdesign und Unterstützung der Kommunikation**

### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2024 sind:

- Grafikdesign für die Prioritäten der Kommission (z. B. russischer Angriffskrieg gegen die Ukraine, Krisenvorsorge, Global Gateway usw.)
- Entwicklung visueller Konzepte, Erstellung von Infografiken und interaktiven Inhalten, die ständig weiterentwickelt und an neue Trends angepasst werden
- Organisation externer Kommunikationsmaßnahmen, die Gebäude betreffen
- Beratung zur visuellen Identität und zur Verwendung des EU-Emblems
- 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
- Unterstützung und Beratung der Generaldirektionen und Team-Europa-Akteure bei der korrekten Umsetzung der Global-Gateway-Branding-Leitlinien

- Koordinierung des Grafikdesignnetzes der Kommission
- Untersuchung der Nutzung künstlicher Intelligenz für Grafikdesign
- Koordinierung der strategischen politischen Kommunikation zu den Prioritäten der Kommission und 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 (BUDG, OP, PMO)

### **4.1.8 Soziale Medien**

#### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Im Jahr 2024 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:

- Leitung der Social-Media-Planung in Bezug auf die Prioritäten der Kommission, einschließlich Krisenkommunikation
- Schwerpunktsetzung auf die Europawahl 2024 und den Nutzen der EU für die Bürgerinnen und Bürger der Union
- Erstellung und Teilen von Inhalten auf den zentralen Social-Media-Konten der Kommission
- Unterstützung der Social-Media-Aktivitäten der Präsidentin bzw. des Präsidenten und des Kollegiums
- Kontaktaufnahme und Dialog mit verschiedenen Zielgruppen und Bekämpfung von Desinformation durch Community-Management und Community-Aufbau (abgestimmt mit den Aktivitäten der Vertretungen)
- Beobachtung und Faktenprüfung schädlicher Narrative
- Förderung von Social-Media-Kompetenz und Planung in Bezug auf die potenziellen Auswirkungen künstlicher Intelligenz Verbesserung der Datenanalyse zu Trends in den sozialen Medien
- Anpassung an das sich verändernde Social-Media-Umfeld
- Übermittlung von Live-Benachrichtigungen in den sozialen Medien zu wichtigen politischen Ereignissen (z. B. G7- und G20-Gipfel, Treffen der praxisorientierten Gemeinschaften (Community of Practice – COP), Tagungen des Europäischen Rates, wichtige politische Ankündigungen)
- Unterstützung des Social-Media-Netztes der Kommission
- Erkundung neuer Plattformen und Inhalte auch im Hinblick auf die Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz
- Umsetzung eines Influencer-Programms, um die Reichweite der Social-Media-Aktivitäten der Kommission zu steigern und eine Community aufzubauen
- Entwicklung geeigneter audiovisueller Inhalte für Social-Media-Plattformen, z. B. Reels und andere neue Formate

- Unterstützung von institutionellen Kommunikationskampagnen (z. B. für NextGenerationEU, REPowerEU und Global Gateway, den Industrieplan zum Grünen Deal)
- Zusammenarbeit mit Multiplikatoren, die nicht zu den traditionellen Akteuren zählen

#### *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 durchgeführt.

### **4.2 Haushaltslinie 07 20 04 03 „Vertretungen der Kommission“ – Bereitstellung von 28 070 000 EUR für 2024**

Die Vertretungen in den Hauptstädten und die Außenstellen fungieren als Augen, Ohren und Stimme der Kommission in den Mitgliedstaaten. Sie dienen den Interessen der Kommission 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 bzw. den Präsidenten und das Kollegium sowie die leitenden Bediensteten 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 zu politischen, wirtschaftlichen und kommunikationsbezogenen Schlüsselthemen.

Die Haushaltslinie 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 durchgeführt werden; sie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung dieser Kommunikationsaktivitäten ab.

Um die öffentliche Kommunikation der Kommission weiter zu verbessern, vergibt die GD Kommunikation seit 2012 Rahmenverträge für Evaluierungen und evaluierungsbezogene Studien sowie Kommunikationsdienstleistungen. Der derzeitige Rahmenvertrag (2021–2024) läuft im Dezember 2024 aus. Die GD Kommunikation wird daher im Jahr 2024 eine interinstitutionelle Ausschreibung für Mehrfach-Rahmenverträge für Folgenabschätzungen, Evaluierungen und evaluierungsbezogene Studien sowie Kommunikationsdienstleistungen veröffentlichen, damit der neue Rahmenvertrag am 1. Januar 2025 in Kraft treten kann.

Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt – Beschreibung, wie die in diesem Arbeitsprogramm enthaltene(n) Maßnahme(n) in qualitativer und quantitativer Hinsicht zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt beiträgt/beitragen.

- Die Kommunikation über den Grünen Deal ist für die Vertretungen von zentraler Bedeutung, da es sich um die Kernpriorität der Kommission im Vorfeld der Wahl handelt.

- Alle geplanten Maßnahmen stehen im Einklang mit den Leitlinien für die Organisation nachhaltiger Sitzungen und Veranstaltungen bei der Kommission, die am 30. Juli 2018 vom EMAS-Lenkungsausschuss genehmigt wurden.

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

### **4.2.1 Kommunikationsmaßnahmen von Vertretungen**

#### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

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

Die Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen werden sich im Jahr 2024 auf die Umsetzung ihrer wichtigsten Prioritäten konzentrieren. Dazu gehören der ökologische und der digitale Wandel, der Wiederaufbau im Rahmen der Aufbau- und Resilienzpläne, die Zusammenarbeit mit dem Europäischen Parlament im Vorfeld der Europawahl 2024, die Solidarität mit der Ukraine und die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger durch Initiativen wie die europäischen Bürgerforen und die Plattform „Ihre Meinung zählt“. Der 20. Jahrestag der EU-Mitgliedschaft<sup>22</sup> wird ebenfalls im Mittelpunkt stehen. Die Vertretungen werden die institutionellen Kommunikationskampagnen unterstützen und ihre Aktivitäten auf der Grundlage der Prioritäten der Kommission auf die lokalen Zielgruppen abstimmen.

Ein besonderer Schwerpunkt wird auf der digitalen Kommunikation und der Bekämpfung von Fehl- und Desinformation mithilfe neu eingestellter Community-Manager liegen. Die Vertretungen werden enger mit den lokalen Akteuren zusammenarbeiten, darunter Denkfabriken, Faktenprüfer, NRO, Journalisten, Mitglieder des Pilotprojekts „Europa fängt in der Gemeinde an“ und politische Persönlichkeiten.

Sie werden mit dem Europäischen Parlament, den Mitgliedstaaten, dem Ausschuss der Regionen und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss zusammenarbeiten, um in koordinierter Weise die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen zu verbessern. Außerdem werden sie den Dialog mit Interessenträgern pflegen, um politische und wirtschaftliche Informationen einzuholen.

Aus dieser Haushaltlinie werden verschiedene Kommunikationsmaßnahmen finanziert, z. B. die Organisation von Veranstaltungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, die Verwaltung von Website-Inhalten, die Entwicklung lokaler Social-Media-Strategien, die Nutzung innovativer Projekte für soziale Medien, die Verbesserung der digitalen Kompetenzen sowie die Überwachung und Bekämpfung von Fehlinformationen.

Die Kommunikationsmaßnahmen der Kommission werden sich darauf konzentrieren, den tatsächlichen Nutzen aufzuzeigen, den Europa bei der Bewältigung vergangener Herausforderungen wie der COVID-19-Pandemie und der Folgen der russischen Invasion in die Ukraine erbracht hat. Dabei wird auch die noch ausstehende Arbeit thematisiert, darunter die Umsetzung des europäischen Grünen Deals, die Stärkung wirtschaftlicher und sozialer Aspekte, Fortschritte in den Bereichen Digitales und künstliche Intelligenz, weltweites Engagement im Rahmen des Konzepts „Team Europa“, die Bewältigung der Herausforderungen im Bereich Migration und Asyl, die Unterstützung der Ukraine und die Erweiterung.

---

<sup>22</sup> Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, die Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn und Zypern.

Die bevorstehende Europawahl ist eine Gelegenheit für Kommunikation, stellt aufgrund möglicher Fehlinformationen und Manipulationen aber auch eine Herausforderung dar. Wirkungsvolle und rasche Kommunikation sowie die Hervorhebung wichtiger Errungenschaften werden in diesem Zusammenhang entscheidend sein.

Diese Prioritäten werden in den Länderstrategien der Vertretungen ihren Niederschlag finden, in denen eine breite Palette von auf die nationalen und lokalen Zielgruppen abgestimmten Aktivitäten festgelegt ist.

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 thematischen Informationen über die Arbeit der Organe und die Entscheidungen der EU zu verschaffen. Alle Aktivitäten werden in enger Zusammenarbeit mit den zentralen Dienststellen durchgeführt.

Die Aktivitäten umfassen Folgendes:

- Organisation von Veranstaltungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, die sich an die Öffentlichkeit und an Interessenträger richten (Online- und Präsenzformat)
- Unterstützung von institutionellen Kommunikationskampagnen (z. B. für NextGenerationEU, REPowerEU und Global Gateway, den Industrieplan zum Grünen Deal)
- Bürgerbeteiligungsaktivitäten
- Verwaltung redaktioneller Aufgaben im Zusammenhang den Websites der Vertretungen
- Entwicklung lokaler Strategien für die sozialen Medien und Verwaltung der Social-Media-Konten der Vertretungen, einschließlich Community-Management
- Einführung innovativer Projekte, um mit den Entwicklungen auf den Social-Media-Plattformen Schritt zu halten (z. B. Verwendung unterschiedlicher Inhaltsformate, Zusammenarbeit mit Influencern, Einsatz von KI-Tools)
- Einsatz von Social-Media-Tools für Schulungen und bezahlte Werbung
- Durchführung lokaler Kommunikationskampagnen
- Überwachung von und Reaktion auf Fehl- und Desinformation sowie Sensibilisierung für die Bemühungen der EU zur Bekämpfung von Desinformation
- Erstellung und Verbreitung von Online-Inhalten
- Ausarbeitung und Verbreitung von Online-Veröffentlichungen der Vertretungen
- Unterstützung der Kommunikation über die Fortschritte bei der Erweiterungsagenda und über einzelne Kandidaten im Zusammenhang mit wichtigen Ereignissen

### *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 (BUDG, DIGIT, DGT und OP).

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

### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Im Zentrum der gemeinsamen Kommunikationsprojekte der Vertretungen und der Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments in den Mitgliedstaaten steht das Bewusstsein für das europäische Projekt und insbesondere die Errungenschaften und Werte der EU zu schärfen. In Ländern, in denen „Erlebnis-Europa“-Zentren<sup>23</sup> eingerichtet und in Betrieb sind, werden sie eine entscheidende Rolle bei dieser Zusammenarbeit spielen.

Die Europawahl 2024 wird das Kernthema der Zusammenarbeit auf nationaler Ebene bilden. Die Vertretungen werden das Europäische Parlament bei der Kommunikation im Zusammenhang mit der Wahl und der Kampagne „Gehen Sie wählen“ unterstützen und dabei helfen, die Zusammenarbeit mit nationalen Behörden, Meinungsführern, Kommunikationsnetzen der Kommission und anderen wichtigen Interessenträgern zu verstärken. 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. Das Europäische Parlament plant, die „Erlebnis-Europa“-Ausstellungen bis 2025 auf alle restlichen Mitgliedstaaten auszudehnen. 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 (BUDG, DIGIT, DGT und OP).

## **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-Zentren<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Dabei handelt es sich um von den Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments betriebene interaktive Zentren, die den Besucherinnen und Besuchern anhand einer Kombination aus innovativem Design und Multimedia-Stationen die EU näherbringen sollen. Im Jahr 2019 billigte das Präsidium des Europäischen Parlaments die Strategie, bis 2024 in allen Mitgliedstaaten interaktive Erlebnis-Europa-Zentren einzurichten. Bisher gibt es „Erlebnis-Europa“-Ausstellungen bereits in Brüssel, Straßburg, Berlin, Kopenhagen, Helsinki, Ljubljana, Paris, Rom, Stockholm und Tallinn.

<sup>24</sup> Vormals „Europe-Direct-Informationszentren“.

- die Europäischen Dokumentationszentren
- das Referentinnen- und Referentennetz „Team EUROPE DIRECT“<sup>25</sup>

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 (BUDG, DIGIT, DGT und OP).

### **4.2.4 Informationen für Journalisten**

#### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Die Auftragsvergabe deckt die Organisation von Informationsveranstaltungen, Besuche bei den Organen und Einrichtungen der EU, die Studios der Kommission, die Bereitstellung audiovisueller Inhalte und Informationen für Journalisten, technische Unterstützung für Journalisten, Pressebriefings und Newsletter ab. Ferner sind Briefings und Informationspakete für die Europawahl 2024 vorgesehen, und die Bemühungen zur Unterstützung oder Durchführung von Schulungen oder Seminaren über die Funktionsweise der EU, über wichtige im Arbeitsprogramm der Kommission enthaltene politische Initiativen und Aktivitäten zur Bekämpfung von Desinformation werden fortgesetzt. Es wird angestrebt, in einem landesspezifischen Kontext Partnerschaften mit nationalen Behörden, Interessenträgern oder Organisationen der Zivilgesellschaft einzugehen.

#### *Vertragsarten*

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

#### *Durchführung*

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (BUDG, DIGIT, DGT und OP).

### **4.3 Haushaltlinie 07 20 04 04 „Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger“ – Bereitstellung von 33 068 000 EUR für 2024**

Die Produkte und Dienste der GD Kommunikation sind darauf ausgelegt, die Öffentlichkeit durch die Vermittlung klarer und verständlicher 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.

---

<sup>25</sup> Vormals „Team Europe“.



Über diese Haushaltlinie sollen allgemeine Informations-, institutionelle Kommunikations- und Bürgerbeteiligungsaktivitäten in allen Mitgliedstaaten und ggf. auch ihre Evaluierung und Professionalisierung finanziert werden.<sup>26</sup>

Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt – Beschreibung, wie die in diesem Arbeitsprogramm enthaltene(n) Maßnahme(n) in qualitativer und quantitativer Hinsicht zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt beiträgt/beitragen.

- Die GD Kommunikation bietet den Netzen eine breite Palette an Unterstützung an und stellt diese als Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes weitgehend auf Online-Dienste um. Zum Beispiel Webinare, Sitzungen oder Umfragen.
- Als Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes haben einige der EUROPE-DIRECT-Zentren einen Teil ihrer Aktivitäten ins Internet verlagert.
- Die Vertretungen sowie die Besucherinnen und Besucher werden ersucht, bei der Wahl der Transportmittel umweltfreundlichere Verkehrsträger in Betracht zu ziehen, wenn diese eine kosteneffiziente Option darstellen.
- Die GD Kommunikation fördert weiterhin papierlose Veröffentlichungen im Einklang mit den institutionellen Zielen zur Verringerung ihrer Umweltauswirkungen.

## **Beschreibung der wichtigsten Aktivitäten im Rahmen der Haushaltlinie 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 Direct<sup>27</sup> ab und dient der Förderung der Zusammenarbeit zwischen allen EU-Netzen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit:

- EUROPE-DIRECT-Zentren
- Europäische Dokumentationszentren
- Referentinnen- und Referentennetz „Team EUROPE DIRECT“<sup>28</sup>

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*

---

<sup>26</sup> Siehe Punkt 4.2 Absatz 4.

<sup>27</sup> Beschluss C(2017) 8516 der Kommission vom 18. Dezember 2017.

<sup>28</sup> Die Stärkung des „Team EUROPE DIRECT“-Netztes in Form von finanzieller Unterstützung für Redebeiträge/Moderationen seiner Mitglieder bei Veranstaltungen ist angesichts der Europawahl im Frühjahr 2024 besonders wichtig und aktuell.

Von der GD Kommunikation durchgeführt.

### **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 der Europe-Direct-Kontaktzentrums (EDCC) ab, die kostenlos und in mehreren Sprachen allgemeine Informationen über EU-Themen zur Verfügung stellen. Wie in den Jahren 2022 und 2023 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 thematischen 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 und Verlängerung des derzeitigen Rahmenvertrags Mitte 2025.

#### *Durchführung*

Von der GD Kommunikation durchgeführt.

### **4.3.3 Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger**

#### *Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse*

Ziel der Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie ist die Finanzierung von sowohl physischer als auch digitaler Mittel zur Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger wie etwa der europäischen Bürgerforen. Die Leitung dieser Initiativen teilen sich die GD Kommunikation als federführende Stelle für die Bürgerbeteiligung und die entsprechenden für politische Fragen zuständigen Generaldirektionen. Darüber hinaus wird die GD Kommunikation gemeinsam mit dem Generalsekretariat die Webseite „Ihre Meinung zählt“ – eine zentrale Anlaufstelle im Internet für die Bürgerinnen und Bürger, um sich zu beteiligen und mit der Kommission in Kontakt zu treten – verwalten.

Die Verträge zur Förderung der Bürgerbeteiligung und zur Unterstützung dieser innovativen partizipativen Formate werden über ein neues dynamisches Beschaffungssystem (Dynamic Purchase System – DPS) abgeschlossen, das allen GD und Dienststellen zur Verfügung steht.

Die GD Kommunikation hat als federführend für die Bürgerbeteiligung zuständige Dienststelle zusammen mit dem Zentrum für deliberative Demokratie der Gemeinsamen Forschungsstelle und mit Unterstützung einer dienststellenübergreifenden Gruppe für Bürgerbeteiligung einen institutionellen Leitfadens zur Bürgerbeteiligung entwickelt.

#### *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 durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (BUDG).

#### **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 der politischen Exekutive der EU und Erklärungen zu den EU-Politikbereichen.

Die organisierten Besuche richten sich nach den politischen Prioritäten der Kommission. Das Besucherzentrum empfängt zahlreiche hochrangige Besuchergruppen und wichtige Multiplikatoren, die zwischen drei Programmoptionen wählen können (allgemeine, fachspezifische oder individuell zugeschnittene Informationsbesuche).<sup>29</sup> Mit dem von den Grundsätzen des Neuen Europäischen Bauhauses inspirierten Modernisierungsprojekt wird das Ziel verfolgt, schwer erreichbare Zielgruppen anzusprechen, und die Einführung interaktiver digitaler Tools macht das Zentrum für jüngere Menschen attraktiver.

Die GD Kommunikation hat in Brüssel eine neue digitale Dauerausstellung mit dem Titel „Experience Europe“ eröffnet, die allgemein zugänglich ist. Die Besucherinnen und Besucher können sich in einem ansprechenden und interaktiven Umfeld über die Kernaufgaben, Strategien und politischen Prioritäten der Kommission sowie über die Werte der EU informieren.

Im Jahr 2024 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, 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 Mitgliedstaaten<sup>30</sup> und denjenigen, die in den Jahren 2024–2025<sup>31</sup> in anderen EU-Hauptstädten eröffnet werden sollen.

---

<sup>29</sup> 1. Allgemeiner Informationsbesuch – 90 Minuten. Vortrag über die Rolle der Kommission in der EU mit anschließender Fragerunde. Richtet sich an Menschen, z. B. Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe, die bislang nur wenig oder gar nichts über die EU wissen.

2. Fachspezifischer Informationsbesuch – 2½ Stunden. Einführung zur Rolle der EU-Kommission in der EU, anschließend Vortrag zu einem EU-Politikbereich, der für die Gruppe von unmittelbarem Interesse ist. Geeignet für Studierende und Gruppen mit einem fachspezifischen Interesse.

3. Individuell zugeschnittener Besuch – bis zu 1½ Tage. Speziell auf die Interessen der Gruppe abgestimmtes Programm, das eine Einführung zur Rolle der Kommission in der EU und maximal vier Vorträge zu verschiedenen Politikbereichen umfassen kann. Die Vorträge halten Kommissionsbedienstete aus den jeweiligen Bereichen. 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.

<sup>30</sup> Berlin, Ljubljana, Helsinki, Kopenhagen, Tallinn, Paris, Rom und Stockholm.

<sup>31</sup> Vorbehaltlich der Bestätigung durch das Europäische Parlament sind Eröffnungen für 2024 in Prag, Dublin und Luxemburg, für 2025 in Bratislava und für 2026 in Madrid und Bukarest geplant.

Auch die Betriebskosten und die laufenden Kosten, z. B. für die Verwaltung der Ausrüstung, mit der Kommunikationsinhalte bereitgestellt werden, technologische Aktualisierungen, die Erstellung und Anpassung von Inhalten sowie sonstige 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 entsprechenden Werbekampagne.

Die Haushaltslinie deckt die Kosten für die Fertigstellung der 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, logistische Dienstleistungen wie Hotels, Restaurants, Beförderung vor Ort usw. sowie vorbeugende und evolutive Wartung der Kommunikationsstationen usw.).

#### *Durchführung*

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

### **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 alle Altersgruppen, wobei der Schwerpunkt auf den 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 Europäerinnen und Europäer 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 Europäischen Union. Auch die regelmäßige Aktualisierung der Karten der EU, die allen Generaldirektionen zur Verfügung gestellt werden, wird über diese Haushaltslinie finanziert. Der Gesamtbericht 2023 wird im März 2024 veröffentlicht und deckt das letzte volle Jahr der laufenden Amtszeit ab. Mit Blick auf die Europawahl 2024 werden die Öffentlichkeitsarbeit und die Verbreitungsaktivitäten im Zusammenhang mit dem Gesamtbericht verstärkt, was dazu beitragen wird, die Errungenschaften der derzeitigen Kommission zu vermitteln.

Alle Online- und Offline-Veröffentlichungen und Kommunikationsmaterialien, einschließlich der interinstitutionellen und mehrsprachigen Website „Lernecke“, eignen sich für ein breites Spektrum an Ziel- und Altersgruppen in den Mitgliedstaaten und darüber hinaus. Bei der Erstellung und Verbreitung von Materialien werden die Anforderungen der Barrierefreiheit berücksichtigt. Sie unterstützen die Aktivitäten der GD Kommunikation, der Vertretungen, der EUROPE-DIRECT-Zentren und der Europäischen Dokumentationszentren und vieler anderer Kommissionsdienststellen. Sie sind in 24 Sprachen und teilweise auf Russisch und Ukrainisch verfügbar. In diesem Zusammenhang verwaltet die GD Kommunikation auch die „Lernecke“ und die Website mit den wichtigsten Veröffentlichungen.

Um die Umstellung auf papierlose Kommunikationsmaterialien voranzutreiben und die Qualität unserer Öffentlichkeitsarbeit weiter zu verbessern, muss die GD Kommunikation in die Entwicklung anspruchsvoller digitaler Produkte investieren.

In diesem Sinne wird die GD Kommunikation ihre Arbeit zur Förderung der Medienkompetenz und der digitalen Kompetenz und zur Sensibilisierung für Fehl- und Desinformation, insbesondere bei jüngeren Menschen, intensivieren.

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 (OP und DGT).

## **4.4 Haushaltslinie 14 20 04 03 „Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln“ – Bereitstellung von 4 650 000 EUR für 2024**

### **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 2024-2027 im Mehrjährigen Finanzrahmen 2021-2027<sup>32</sup> Beiträge anderer Dienststellen zu den institutionellen Kommunikationsmaßnahmen im Jahr 2024 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 der EU 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. Es ist wichtig, die Bemühungen der EU und ihre erhebliche Unterstützung für Nachbarländer hervorzuheben, die durch eine Partnerschaft mit der EU verbunden sind, einschließlich der Kandidatenländer und potenziellen Kandidaten für eine EU-Mitgliedschaft sowie der Partner im Rahmen der Europäischen

---

<sup>32</sup> COM(2023) 6467 final vom 29.9.2023.

Nachbarschaftspolitik. Dies hat angesichts der Auswirkungen des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine noch an Bedeutung gewonnen. Es ist auch wichtig, den EU-Bürgerinnen und -Bürgern die umfangreiche Arbeit der EU mit Partnerländern in aller Welt zur Bewältigung globaler Herausforderungen wie Klimawandel, Armut, Konflikten und Migration näherzubringen – eine Arbeit, die sowohl unseren Partnern als auch der EU selbst zugutekommt.

Ein wichtiger Teil der institutionellen Kommunikation besteht darin, die Reaktion der Kommission auf Desinformationen weiter zu verstärken, die im Kampf der in Krisenzeiten vorherrschenden Narrative zunehmend zu einer Waffe werden. Es muss mehr getan werden, um eine überzeugende, sachliche und positive Kommunikation sowie rechtzeitige Reaktionen sicherzustellen, einschließlich der Erarbeitung von Botschaften und Inhalten, die über die richtigen Kommunikationskanäle vermittelt werden.

Die institutionelle Kommunikation dient den wichtigsten politischen Prioritäten und Zielen der Kommission. Global Gateway ist die zentrale politische Priorität für die internationale Zusammenarbeit der Kommission mit den Partnerländern. Damit wird eine intelligente, saubere und sichere Konnektivität in den Bereichen Digitales, Verkehr und Energie gefördert, und die Bildungs-, Forschungs- und Gesundheitssysteme werden gestärkt. Sowohl die COVID-19-Pandemie als auch Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine haben zu einer Beschleunigung des ökologischen und des digitalen Wandels geführt – und beide Transformationen werden letztlich die Widerstandsfähigkeit der EU in der Zukunft stärken. Die Kommission setzt sich dafür ein, dass Europa auf dem Weg zur Klimaneutralität im Bereich umweltfreundlicher Technologien und industrieller Innovationen eine Vorreiterrolle einnimmt.

Die institutionelle Kommunikation ist auf die bestehenden miteinander verknüpften politischen Hauptprioritäten ausgerichtet. Die Kampagne NextGenEU wird den Aufbauplan NextGenerationEU während seiner gesamten Laufzeit begleiten, um dessen Aktivitäten und Ergebnisse bekannt zu machen. Die Kampagne „Du bist Europa“ ist eine Reaktion auf die von Russland verursachte Energiekrise und lenkt die Aufmerksamkeit auf EU-Maßnahmen zur Beendigung der Abhängigkeit der EU von (russischen) fossilen Brennstoffen und die demokratischen Grundwerte der EU. Die Wirtschafts- und Investitionspläne in den Nachbarländern und Global Gateway sind wichtige politische Prioritäten für die internationale Zusammenarbeit, die auch den EU-Bürgerinnen und -Bürgern zugutekommt, insbesondere im Hinblick auf die Konnektivität der digitalen Netze sowie der Verkehrs- und Energienetze.

Die Festlegung weiterer thematischer Prioritäten wird von künftigen Ereignissen abhängen, einschließlich des Ergebnisses der Europawahl 2024. Ohne den politischen Leitlinien oder Initiativen der nächsten Kommission vorgreifen zu wollen, lässt sich mit Sicherheit sagen, dass der wirtschaftliche Aufschwung und der Übergang zu umweltfreundlichen Technologien auch im nächsten Kommunikationszyklus zentrale politische Ziele sein werden.

In diesem Zusammenhang wird die GD Kommunikation weiterhin Inhalte erstellen und verbreiten, in denen zu verantwortungsbewussten und gesellschaftlich wünschenswerten Maßnahmen aufgerufen wird, insbesondere zu individuellen Maßnahmen zur Verkleinerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks nach der Devise „Global denken, lokal handeln“.

Wie in den vergangenen Jahren werden wir mittels institutioneller Kommunikation in der Lage sein, unsere Botschaften sowohl innerhalb als auch außerhalb der EU über digitale Kanäle und herkömmliche Medien wie das Fernsehen und schließlich durch die Teilnahme an Treffen und Veranstaltungen im Präsenzformat wie Ausstellungen (z. B. der EXPO Osaka 2025) zu verbreiten.

Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt – Beschreibung, wie die in diesem Arbeitsprogramm enthaltene(n) Maßnahme(n) in qualitativer und quantitativer Hinsicht zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt beiträgt/beitragen.

- Alle wichtigen Kommunikationsmaßnahmen der Kommission – NextGenEU, „Du bist Europa“ und die gemeinsame Kommunikation mit der UEFA über den europäischen Grünen Deal – sind auf das Ziel der Klimaneutralität ausgerichtet.

### *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.

Dies deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der Kommunikationsaktivitäten ab.<sup>33</sup>

### *Durchführung*

Von der GD Kommunikation durchgeführt.

---

<sup>33</sup> Siehe Punkt 4.2 Absatz 4.