

ANHANG

Arbeitsprogramm 2026 im Bereich Kommunikation

1. *„Dies muss der Moment der europäischen Unabhängigkeit sein. Ich bin überzeugt davon, dass dies der Auftrag unserer Union ist: Fähig zu sein, unsere Verteidigung und Sicherheit selbst in die Hand zu nehmen. Die Kontrolle über die Technologien und Energieträger zu haben, die unsere Volkswirtschaften antreiben. Selbst zu entscheiden, in welcher Art von Gesellschaft und Demokratie wir leben wollen.“*

– Rede von Präsidentin Ursula von der Leyen zur Lage der Union, 10. September 2025.

Teil I – Allgemeiner Überblick

Politischer Kontext

Die Kommunikationstätigkeiten der Europäischen Kommission haben zum Ziel, die Bürgerinnen und Bürger und Interessenträger über die EU, ihre Politik und die Vorteile, die sie den Europäerinnen und Europäern bringt, zu informieren. Sie werden im Rahmen der institutionellen Befugnisse und der Verwaltungsautonomie der Kommission durchgeführt und finanziert¹. Das Arbeitsprogramm 2026 der Generaldirektion Kommunikation (GD Kommunikation) stützt sich auf:

- die sieben Prioritäten, die in den Politischen Leitlinien für die nächste Kommission 2024-2029² sowie in den Mandatsschreiben an die Mitglieder des Kollegiums festgelegt sind
- das Arbeitsprogramm der Europäischen Kommission für 2026³
- die Rede zur Lage der Union 2025 – Absichtserklärung an das Europäische Parlament und den Rat⁴
- Managementplan 2025 der GD Kommunikation und strategischer Ausblick 2025-2029⁵.

In den Politischen Leitlinien für das Mandat 2024-2029 ist eine klare Agenda für die Kommission festgelegt, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf Verteidigung und Sicherheit, nachhaltigem Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit, sozialer Gerechtigkeit und Resilienz, Krisen- und Katastrophenschutz und humanitärer Hilfe sowie dem Schutz der Demokratie und der Rechtsstaatlichkeit liegt. Das übergeordnete Ziel besteht darin, die EU als globalen Vorreiter zu positionieren und gleichzeitig greifbare Ergebnisse für die Europäerinnen und Europäer zu erzielen.

In ihrem ersten Jahr hat die Kommission von der Leyen II bei diesen Prioritäten Fortschritte erzielt. Sie hat den Kompass für Wettbewerbsfähigkeit ins Leben gerufen, um den grünen und den digitalen Wandel zu beschleunigen, Innovationen zu fördern und die Dekarbonisierung Europas voranzutreiben. Die Kommission hat Fortschritte bei der Stärkung der europäischen Sicherheit, Verteidigung und Krisenvorsorge erzielt. Die soziale Gerechtigkeit wurde durch gezielte Maßnahmen in den Bereichen

¹ Verordnung (EU, Euratom) 2024/2509, Artikel 58 Absatz 2 Buchstaben d und e.

² [„Europa hat die Wahl: Politische Leitlinien für die nächste Europäische Kommission 2024-2029“, 18. Juli 2024, Straßburg.](#)

³ COM(2025) 870 final vom 21.10.2025.

⁴ [Lage der Union 2025 – Absichtserklärung an Präsidentin Roberta Metsola und Ministerpräsidentin Mette Frederiksen, 10. September 2025.](#)

⁵ Managementplan 2025 der GD Kommunikation ([DG COMM 2025 Management Plan](#)).

Erschwinglichkeit von Energie, Inflation und Wohnungsbau gefördert. Gleichzeitig setzt sich die Kommission für die Wahrung der Demokratie und der Rechtsstaatlichkeit ein und stärkt die Resilienz der europäischen Institutionen und Gesellschaften. Diese Bemühungen zeigen, dass die Kommission entschlossen ist, ihre ehrgeizige Agenda umzusetzen und den Erwartungen der europäischen Bürgerinnen und Bürger gerecht zu werden.

In ihrer Rede zur Lage der Union 2025 bestätigte und bekräftigte die Präsidentin der Kommission die in ihren politischen Leitlinien dargelegten Prioritäten. Außerdem wurden die Weichen für die Zukunft gestellt, indem der Schwerpunkt stärker auf die aktuellen Herausforderungen gelegt wurde, insbesondere Wettbewerbsfähigkeit und Innovation, geopolitische Resilienz, sozialer Zusammenhalt und fortgesetztes Engagement für Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Werte.

Für 2026 geplante Kommunikationstätigkeiten

Präsidentin von der Leyen hat in ihren Politischen Leitlinien für die Kommission 2024-2029 die Vision eines stärkeren Europas vorgestellt, das Wohlstand und Sicherheit schafft, die Menschen schützt und stärkt und die Demokratie verteidigt. Um diese Prioritäten zu verwirklichen, arbeitet die GD Kommunikation mit den wichtigsten Interessenträgern innerhalb und außerhalb der Kommission zusammen, um diese Prioritäten in drei Schlüsselbereichen umzusetzen:

1. Unterstützung der Präsidentin und des Kollegiums durch hochwertige Produkte, Dienstleistungen und Einblicke im Bereich der Kommunikation, auch auf nationaler und lokaler Ebene: Die GD Kommunikation entwickelt und versorgt die Präsidentin und das Kollegium der Kommissionsmitglieder rund um die Uhr mit integrierten Kommunikationsdiensten und politischen Einblicken. Innerhalb der GD Kommunikation stellt der Sprecherdienst der Presse und den Medien in Abstimmung mit den anderen zuständigen Teams wichtige politische und strategische Informationen über die Politik und die Initiativen der Kommission zur Verfügung. Die Vertretungen der Europäischen Kommission in den Mitgliedstaaten ergänzen diese Unterstützung der Präsidentin und des Kollegiums durch länderspezifische politische Einblicke und politische Analysen für das Kollegium und die höhere Führungsebene der Kommission. Die GD Kommunikation macht sich zudem fortlaufend ein Bild von den Ansichten der Bürgerinnen und Bürger zu Prioritäten und Themen, die für die EU von Bedeutung sind, und führt dazu Analysen der öffentlichen Meinung, der Medien und der sozialen Medien durch.
2. Strategische Steuerung der externen Kommunikationsmaßnahmen der Kommission: Die GD Kommunikation ist bestrebt, die EU ihren Bürgerinnen und Bürgern näher zu bringen, indem sie die Kommission in der Informationslandschaft in allen Mitgliedstaaten sichtbar macht, die europäischen Grundwerte fördert und die Auswirkungen von EU-Initiativen auf das tägliche Leben der Bürgerinnen und Bürger hervorhebt, u. a. durch institutionelle und lokale Kampagnen, soziale Medien und andere Kommunikationsmaßnahmen, die webbasierte Kommunikation und die Zusammenarbeit mit Erstellern von Inhalten.
3. Förderung des Engagements der europäischen Bürgerinnen und Bürger und ihrer Beteiligung an der Politikgestaltung der EU: Die GD Kommunikation hat es sich zum Ziel gesetzt, die EU ihren Bürgerinnen und Bürgern näher zu bringen, indem sie zugängliche Instrumente für den Dialog und das Engagement sowie zuverlässige Informationsquellen, wie z. B. europäische Bürgerforen, EUROPE-DIRECT-Zentren, das Netzwerk der EU-Gemeinderäte und andere Netze bereitstellt.

Die GD Kommunikation wird eine Kommunikationsstrategie entwickeln, um Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen, Interessenträger und externe Partner zu erreichen und einzubinden. Die Grundlage hierfür bilden:

- Festlegung von Grundwerten, einer Mission, von Botschaften und der Tonalität, um eine starke und kohärente Kommunikation über verschiedene Kanäle hinweg und für verschiedene Zielgruppen zu gewährleisten, und
- eine integrierte und koordinierte Methode für die Zusammenarbeit mit den zuständigen Dienststellen und anderen EU-Organen, um sicherzustellen, dass die gesamten Kommunikationstätigkeiten der Kommission gebündelt werden, kohärent sind und eine größere Wirkung entfalten.

Die Kommunikationstätigkeiten werden sich in erster Linie auf Folgendes konzentrieren:

- Stärkung der **Wettbewerbsfähigkeit und des Wohlstands Europas auf der Grundlage des Kompasses für Wettbewerbsfähigkeit**. Dies umfasst die Umsetzung des Deals für eine saubere Industrie, die Vereinfachung von Vorschriften zur Erleichterung der Geschäftstätigkeit und die Vertiefung des Binnenmarkts. Dazu gehören die Förderung einer stärker kreislauforientierten und resilienteren Wirtschaft, die Förderung von Forschung und Innovation, die Nutzung des Potenzials der digitalen Technologie, insbesondere der KI, für den Aufbau technologischer Souveränität, Investitionen in die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und die Beseitigung von Qualifikationsdefiziten und des Arbeitskräftemangels. Erleichterungen für Unternehmen, damit sie einfacher investieren und wachsen können; Bekanntmachen der Marke „Choose Europe“, um die Attraktivität Europas für Investitionen und Innovationen zu erhöhen
- Engagement für eine neue Ära der **europäischen Verteidigung und Sicherheit** durch die Stärkung der EU-Verteidigungsindustrie, die Verbesserung der Fähigkeiten und die Stärkung der Krisenvorsorge und Resilienz in einem schwierigen geopolitischen Umfeld
- **Unterstützung der Menschen durch Stärkung unserer Gesellschaften und unseres Sozialmodells**, Berücksichtigung der Anliegen der Menschen und Förderung von Initiativen, die soziale Gerechtigkeit, Erschwinglichkeit, Chancengleichheit und hochwertige Arbeitsplätze gewährleisten
- Förderung und **Erhaltung unserer Lebensqualität** durch Gewährleistung der Ernährungssicherheit, Förderung der Qualität europäischer Lebensmittel, Schutz der Wasserressourcen und Erhaltung der Natur; Aufbau einer widerstandsfähigen und nachhaltigen Umwelt, die die Gesundheit und das Wohlergehen heutiger und künftiger Generationen schützt
- **Schutz unserer Demokratie und Wahrung unserer Werte** durch weitere wertorientierte institutionelle Kommunikationskampagnen wie die Demokratiekampagne, Intensivierung des Engagements zur Bekämpfung der Informationsmanipulation und Einflussnahme aus dem Ausland durch den Europäischen Schutzschild für die Demokratie. Dazu gehören die Förderung der Bürgerbeteiligung durch proaktive Kommunikation, die Förderung der digitalen und der Medienkompetenz, die Stärkung der partizipativen und deliberativen Demokratie und die Einbindung der Bürgerinnen und Bürger – insbesondere junger Menschen – in die Politikgestaltung der EU durch Bürgerforen zu wichtigen politischen Themen und jugendpolitische Dialoge in enger Zusammenarbeit mit der GD Bildung, Jugend, Sport und Kultur und anderen Kommissionsdienststellen.
- Stärkung der Kontakte zu Partnerländern im Kontext **eines globalen Europas** durch eine wirksame und gezielte Kommunikation über die Rolle der EU in der Welt, insbesondere gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern in den Partnerländern, mit Schwerpunkt auf der Global-Gateway-Investitionsstrategie, Öffentlichkeitsarbeit und dem Engagement in Bezug auf die Erweiterung, sowohl in den EU-Mitgliedstaaten als auch in den Kandidatenländern und

potenziellen Kandidatenländern, Handel sowie dem Engagement und den Investitionen der EU in den Nachbarländern und im Mittelmeerraum

- gemeinsames Handeln und **Vorbereiten der EU auf die Zukunft**, indem wir uns für den von der Kommission vorgeschlagenen ehrgeizigen, dynamischen und flexiblen langfristigen Investitionshaushalt für 2028-2034 stark machen und gleichzeitig weiterhin die Wirkung und den Mehrwert von NextGenerationEU und der Aufbau- und Resilienzfazilität herausstellen, und Vorbereitung einer künftigen Erweiterung und einer möglichen Änderung des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union zur Stärkung der Fähigkeit der Union, in einer sich wandelnden Welt wirksam zu handeln.

Darüber hinaus wird die GD Kommunikation weiterhin über die Solidarität der EU mit der Ukraine, die fortgesetzte humanitäre Hilfe für Palästinenserinnen und Palästinenser, die Unterstützung der Zweistaatenlösung und des Wiederaufbaus von Gaza, die Umsetzung des Migrations- und Asylpakets, die Durchführung der im Rahmen von NextGenerationEU finanzierten Projekte in den Mitgliedstaaten sowie den Beitritt Portugals und Spaniens zur EU vor 40 Jahren kommunizieren.

Die GD Kommunikation wird weiterhin eng mit den zuständigen Dienststellen auf höherer Ebene in einem Matrixformat zusammenarbeiten, um integrierte Kommunikationspläne, Narrative und Kommunikationsmaterial zu diesen vorrangigen Themen zu entwickeln.

Die GD Kommunikation wird auch die institutionelle Kommunikation als wichtigstes Instrument der Kommission einsetzen, um die Europäerinnen und Europäer zu erreichen und sie über die EU-Politik zu informieren, die sich unmittelbar auf ihr Leben auswirkt. Sie spielt eine wichtige Rolle bei den Bemühungen, den Mehrwert der EU aufzuzeigen und die EU allgemein bekannter zu machen. Die institutionelle Kommunikation wird sich auf die in den politischen Leitlinien der Kommission festgelegten Prioritäten konzentrieren, insbesondere auf die Werte der EU. Die Markenstrategie wird finalisiert, und es werden kohärente strategische Kommunikationskampagnen durchgeführt.

Eine weitere Priorität der institutionellen Kommunikation wird darin bestehen, die strategischen Kommunikationsfähigkeiten der Kommission zu unterstützen, einschließlich ihrer Reaktion auf Informationsmanipulation und Einflussnahme aus dem Ausland und ihres aktiven Beitrags zum Europäischen Schutzschild für die Demokratie. Es müssen mehr Anstrengungen unternommen werden, um die sachliche Kommunikation zu gewährleisten und schnell Antworten über die geeigneten Kommunikationskanäle zu geben.

Politische Initiativen im Zusammenhang mit der Sicherheit und Verteidigung Europas, nachhaltigem Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit, dem Schutz der Demokratie und der Wahrung der Werte der EU oder der Stärkung unserer Gesellschaften und unseres Sozialmodells erfordern gezielte Kommunikationsanstrengungen. In der institutionellen Kommunikation werden weiterhin die Bemühungen um die Erhaltung und Verbesserung der Lebensqualität und die Unterstützung der Menschen und der Gesellschaft herausgestellt.

Ebenso wichtig wird es sein, den Bürgerinnen und Bürgern der EU die breite Zusammenarbeit der EU mit Nachbar- und Partnerländern in der ganzen Welt vor Augen zu führen, die darauf abzielt, Abhängigkeiten zu verringern, zuverlässige Partnerschaften aufzubauen und globale Herausforderungen wie Klimawandel, Armut, Konflikte, humanitäre Krisen und Migration zu bewältigen, sowie das Engagement der EU für das Völkerrecht und die Menschenrechte – eine Arbeit, die sowohl den Partnern der EU als auch der EU selbst zugutekommt.

Wie in den Vorjahren wird die institutionelle Kommunikation es uns ermöglichen, unsere Botschaften sowohl innerhalb als auch außerhalb der EU zu verbreiten. Wir werden sowohl digitale Kanäle als auch traditionelle Medien nutzen und auch auf spezielle Partnerschaften zurückgreifen.

Bürgerbeteiligung und direkte Kommunikation durch größere Veranstaltungen, physische Begegnungen und Besuche, z. B. im Rahmen des Europatags, können ebenfalls genutzt werden, um unsere Botschaften zu vermitteln.

Für das Jahr 2026 hat sich die GD Kommunikation auch folgende Ziele gesetzt:

- Bereitstellung hochwertiger Pressearbeit und Kommunikationsdienstleistungen für die Präsidentin und das Kollegium der Kommissionsmitglieder
- proaktives Engagement zur Verringerung des Risikos der Informationsmanipulation und der Einflussnahme aus dem Ausland, u. a. durch einen Beitrag zur Stärkung der gesellschaftlichen Resilienz und zur Förderung der digitalen und der Medienkompetenz
- Unterstützung der Planung und Umsetzung politischer Prioritäten durch moderne und innovative Kommunikationsprodukte, u. a. durch eine Vielzahl von Social-Media-Plattformen, wirkungsvolle institutionelle und lokale Kommunikationskampagnen und eine verbesserte Internetpräsenz
- Beobachtung und Analyse der Medien und der sozialen Medien sowie der öffentlichen Meinung, Aufgreifen neuer Trends und dringender Probleme und Nutzung dieses Wissens zur Gestaltung einer proaktiven und reaktiven Kommunikation
- Zusammenarbeit mit der lokalen Ebene in den Mitgliedstaaten und ihren regionalen und lokalen Gebietskörperschaften Anpassung der Kernbotschaften an die lokalen Gegebenheiten und Besonderheiten sowie Durchführung lokaler Kommunikationskampagnen Auf diese Weise kann die Kommunikation auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten werden, u. a. mit der Unterstützung der Vertretungen der Kommission, der EUROPE-DIRECT-Zentren⁶ und des neuen Netzwerks der EU-Gemeinderäte. 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 Rückmeldungen einzuholen und zu analysieren, damit diese in den Entscheidungsprozess einfließen können.
- Zusammenarbeit mit Multiplikatoren, u. a. mit Erstellern von Inhalten, hauptsächlich durch Studienreisen und das Pro-Bono-Modell
- Förderung der Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern in Aktivitäten in Partnerschaft mit den politischen Generaldirektionen und dem Generalsekretariat im Einklang mit den politischen Prioritäten. Ein besonderer Schwerpunkt wird auf jungen Menschen liegen, damit sie ihre Stimme erheben und unsere Zukunft mitgestalten können.
- Überwachung der Wirkung unserer Kommunikation, um den Ansatz kontinuierlich zu verfeinern und anzupassen und so eine noch wirksamere Ansprache der verschiedenen Zielgruppen zu erreichen.

Als federführende Dienststelle für die externe Kommunikation⁷ wird die GD Kommunikation weiterhin für die Kohärenz, die Konsistenz und die Koordinierung der Kommunikationstätigkeiten innerhalb der Kommission sorgen. Dazu wird sie

⁶ Vormals „Europe-Direct-Informationszentren“.

⁷ Mitteilung an die Kommission über Synergien und Effizienzgewinne in der Kommission – Neue Arbeitsmethoden, SEC(2016) 170 vom 4. April 2016, und Mitteilung an die Kommission über die Initiative für Synergien und Effizienzgewinne: Bestandsaufnahme und nächste Schritte, C(2019) 2329 vom 26. März 2019.

- die Steuerung der institutionellen Kommunikation gemeinsam mit dem Generalsekretariat sowie eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung der Kommunikationsmaßnahmen mit den anderen Kommissionsdienststellen und den EU-Organen gewährleisten
- institutionelle Kommunikationskampagnen und -maßnahmen leisten und vorbereiten
- die Präsenz der Kommission in den sozialen Medien über das zentrale Benutzerkonto der Kommission sowie über die Benutzerkonten der Vertretungen und andere lokale Benutzerkonten koordinieren und die Kohärenz der Botschaften mit den Social-Media-Konten der Dienststellen gewährleisten
- eine führende Rolle im Hinblick auf einen ganzheitlichen Ansatz der Kommission für die visuelle Kommunikation und bei der Durchsetzung der Leitlinien zur visuellen Identität für die vorrangigen Initiativen übernehmen
- die Auftragsvergabe im Bereich der Kommunikation durch hochwertige zentralisierte Rahmenverträge straffen und ihre Unterstützung anderer Generaldirektionen und EU-Delegationen verbessern
- die Internetpräsenz der Kommission auf europa.eu gewährleisten, verbessern und rationalisieren, um Bürgerinnen und Bürgern und Interessenträgern den Zugang zu Informationen über die EU und die Maßnahmen der Kommission zu ermöglichen und das Nutzererlebnis weiter zu verbessern
- die Sichtbarkeit der Aktivitäten der Kommission zur Einbindung der Bürgerinnen und Bürger in Partnerschaft mit den politischen Generaldirektionen verbessern, u. a. über die institutionellen sozialen Medien, das Internet und andere Kanäle

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 GD Kommunikation und zur Annahme des Arbeitsprogramms 2026 die Möglichkeit, bis zu 20 % des Finanzierungsbeschlusses von einer Maßnahme in eine andere zu verlagern.

Teil II – Finanzhilfen, Preisgelder und Auftragsvergabe

1. Einleitung

Rechtsgrundlage: Artikel 58 Absatz 2 HO – Die Kommunikationsarbeit der Kommission fußt auf ihrer politischen Autonomie und ihren institutionellen Befugnissen⁸.

Das Arbeitsprogramm enthält die zu finanzierenden Maßnahmen und die Mittelaufschlüsselung für das Jahr 2026 auf der Grundlage der Erläuterungen zu den Haushaltslinien unter Artikel 07 20 04 und unter der Rubrik 2B: „In Menschen investieren, sozialer Zusammenhalt und Werte“ im Entwurf des Gesamthaushaltsplans der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2026⁹ und der Ziele des Managementplans 2025 der GD Kommunikation und des Strategieplans für den Zeitraum 2025-2029:

Haushaltslinie	Aktivität	Finanzhilfen (Punkt 2)	Preisgelder	Auftragsvergabe (Punkt 4)	INSGESAMT (EUR)
----------------	-----------	------------------------	-------------	---------------------------	------------------------

⁸ Siehe Fußnote 1.

⁹ Jahreshaushaltsplan der Union für das Haushaltsjahr 2026, COM(2025) 300 vom 9. Juli 2025.

			(Punkt 3)		
07 20 04 02	Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste	500 000		48 692 000	49 192 000
07 20 04 03	Vertretungen der Kommission	1 350 000	58 900	27 160 100	28 569 000
07 20 04 04	Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger	16 833 000		14 974 000	33 657 000
Zwischensumme				90 826 100	111 418 000
14 20 04 03	Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln ¹⁰			4 475 000	4 475 000
INSGESAMT		18 683 000	58 900	95 301 100	115 893 000

Mittel aus zwei der in der vorstehenden Tabelle aufgeführten Haushaltslinien werden zur Kofinanzierung institutioneller IT-Systeme und -Dienste auf die GD Digitale Dienste (DIGIT) 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 Cybersicherheit¹¹ angekündigt, wird die Haushaltslinie 07 20 04 02 mit 2 459 600 EUR und die Haushaltslinie 07 20 04 04 mit 1 678 350 EUR zum institutionellen IT-Budget beitragen.

2. Finanzhilfen

Die im Rahmen dieses Arbeitsprogramms 2026 vorgesehene globale Mittelausstattung für Finanzhilfen beträgt **18 683 000 EUR**.

	Haushaltslinie	Aktivität	2026 (EUR)
2.1	07 20 04 02	Strategische Kommunikation sowie digitale und Medienkompetenz	500 000
2.2	07 20 04 04	Informationszentren (EUROPE-DIRECT-Zentren)	16 833 000

¹⁰ Mitteilung „Maßnahme für institutionelle Kommunikation 2024-2027 im Mehrjährigen Finanzrahmen 2021-2027“, C(2023) 6467 final vom 29.9.2023.

¹¹ Leitlinien zur Finanzierung von Informationstechnologie, C(2020) 6126 final vom 10.9.2020.

2.3	07 20 04 03	Kommunikationsmaßnahmen von Vertretungen	1 350 000
Insgesamt			18 683 000

Diese Haushaltslinien decken auch eine mögliche Evaluierung und Professionalisierung sowie digitale Tools und künstliche Intelligenz, Infrastruktur und Dienstleistungen der nachstehend beschriebenen Kommunikationstätigkeiten ab.

2.1 GD Kommunikation – Strategische Kommunikation sowie digitale Kompetenz und Medienkompetenz – 500 000 EUR

Ziele

Im Einklang mit den politischen Leitlinien und zur Mobilisierung der Zivilgesellschaft zwecks Stärkung der gesellschaftlichen Resilienz und Bekämpfung von Informationsmanipulation und Einflussnahme aus dem Ausland und Desinformation sowie Sensibilisierung für diese Themen wird die GD COMM innovative Lösungen in Form von Finanzhilfen für das Jahr 2026 für Organisationen unterstützen, die insbesondere in folgenden Bereichen tätig sind:

- Ermittlung von Lücken in der Reaktion auf Desinformation, die von den derzeitigen strategischen Kommunikationsmaßnahmen nicht abgedeckt werden, durch unabhängige Forschung
- Förderung des Aufbaus von Gemeinschaften und der Öffentlichkeitsarbeit in den Bereichen digitale und Medienkompetenz auf der Grundlage der Ergebnisse des Pilotprojekts im Rahmen der Finanzhilfen 2025

Art der Antragsteller

Zivilgesellschaftliche Gruppen, Jugendorganisationen, Behörden, Verbände und Stiftungen sowie 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 Informationszentren (EUROPE- DIRECT-Zentren) – 16 833 000 EUR

Die Europe-DIRECT-Zentren sind nach wie vor ein wichtiges Instrument der EU, um die Bürgerinnen und Bürger auf regionaler und lokaler Ebene zu erreichen. Sie wirken in Verbindung mit anderen Netzwerken der EU im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und anderen Kanälen wie den EU-Gemeinderäten, dem gemeinsamen Netzwerk mit dem Ausschuss der Regionen.

Im Anschluss an die Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen, die 2025 von den Vertretungen der Europäischen Kommission in den Mitgliedstaaten zur Auswahl von Partnern als Trägereinrichtungen für die EUROPE-DIRECT-Zentren in den nächsten fünf Jahren (2026-2030) veröffentlicht wurden, wird am 1. Januar 2026 eine neue Generation von EUROPE-DIRECT-Zentren ihre Tätigkeit aufnehmen.

Seit seiner Einrichtung im Jahr 2005 steht das EUROPE-DIRECT-Netz an der Spitze der Kommunikationsstrategie der EU-Organe und stellt ein einzigartiges Instrument dar, um mit den Bürgerinnen und Bürgern über EU-Themen auf lokaler und regionaler Ebene zu interagieren. Die Aufgabe des EUROPE-DIRECT-Netzes besteht darin, die EU ihren Bürgerinnen und Bürgern näher zu bringen. Die EUROPE-DIRECT-Zentren sind gut mit den lokalen Gemeinschaften vernetzt (z. B. Vereinigungen der Zivilgesellschaft, lokale Netzwerke, lokale Medien, Schulen, Bibliotheken, Jugendzentren, Wirtschaftsverbände, lokale Influencer, Gemeinderäte, andere EU-Kontaktstellen usw.), kennen die relevanten Themen und sensiblen Belange in ihrer Gegend, haben Erfahrung in der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit und sind in der Lage, mit den Bürgerinnen und Bürgern in Kontakt zu treten und einen Dialog über die EU und ihre Vorteile auf allgemeiner und lokaler Ebene zu führen.

Ziele

Die EUROPE-DIRECT-Zentren haben folgende Ziele:

- über die Strategien und Maßnahmen der EU zu informieren, insbesondere über solche, die sich auf lokaler Ebene auswirken, und so die Sichtbarkeit dieser Strategien und Maßnahmen zu erhöhen
- den Anliegen der Bürgerinnen und Bürger bei Fragen, die in die Zuständigkeit der EU fallen, Gehör zu schenken und diese Anliegen an die Vertretung der Europäischen Kommission in dem betreffenden Land weiterzuleiten
- mit den Bürgerinnen und Bürgern einen offenen Dialog über die EU und ihre Auswirkungen auf ihr tägliches Leben zu führen, um die Identifikation mit dem Projekt Europa zu stärken und/oder zu fördern und die Beteiligung am europäischen demokratischen Prozess anzuregen
- einen Beitrag zur europäischen politischen Bildung zu leisten
- zur Schaffung eines europäischen öffentlichen Raums beizutragen

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 und Einrichtungen der allgemeinen oder beruflichen Bildung sein.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

Die Vertretungen unterschreiben jedes Jahr gemäß den unterzeichneten Rahmenpartnerschaftsvereinbarungen nach einer Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen und der anschließenden Bewertung der Vorschläge eine Einzelfinanzhilfevereinbarung mit diesen Partnern (die Beihilfevereinbarung für das Jahr 2026 ist in der unterzeichneten Rahmenpartnerschaftsvereinbarung enthalten). Zu diesem Zweck erhalten sie eine jährliche Finanzhilfe für die Umsetzung ihrer Jahreskommunikationspläne (sofern sie erfolgreich sind).

2.3 Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen – 1 350 000 EUR

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

Beschreibung, Ziele und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2026 werden sich die jeweiligen Aktivitäten auf die Prioritäten der Kommission konzentrieren, die in den Politischen Leitlinien 2024-2029 und im Arbeitsprogramm der Kommission für 2026 festgelegt sind. Der Schwerpunkt der Kommunikations- und Medienmaßnahmen wird darauf liegen, was die EU den Europäerinnen und Europäern an echten Vorteilen bringt. Das Ziel lautet, den Kenntnisstand der Öffentlichkeit über die Aktivitäten der Kommission und ihre politischen Prioritäten zu verbessern, Meinungen und Feedback einzuholen und Beiträge zu analysieren und weiterzugeben, damit diese auf höherer Ebene in den Entscheidungsprozess einfließen können. Diese Tätigkeiten werden dazu beitragen, das Wissen der Bürgerinnen und Bürger, auch der jungen Menschen, über die EU zu verbessern und Desinformation zu bekämpfen, u. a. durch Sensibilisierung und Förderung der digitalen und der Medienkompetenz.

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 Organe 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 der EU-Gemeinderäte, werden ebenfalls dazu beitragen, engere Verbindungen zu den Bürgerinnen und Bürgern aufzubauen.

Art der Antragsteller

Zivilgesellschaftliche Gruppen, Jugendorganisationen, Behörden, Verbände und Stiftungen sowie 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.

2.3.2 Stärkung 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.

2.3.2.1 Partnerschaftsrahmenvereinbarung mit dem Haus für Demokratie und Rechtsstaat

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 sowie Studierende sollen dort lernen können, wie die Entscheidungsprozesse der EU funktionieren und wie sie mit dem nationalen Entscheidungsprozess zusammenhängen. Die positive Resonanz der Öffentlichkeit und die Rückmeldungen der an dieser Initiative teilnehmenden Schülerinnen und Schüler sowie Studierenden rechtfertigen die Fortsetzung dieser exklusiven Partnerschaft.

Art der Antragsteller, die für eine direkte Gewährung infrage kommen

Beschreibung der Tätigkeiten, die mit der (den) im Rahmen von Rahmenpartnerschaften direkt gewährten Einzelfinanzhilfe(n) finanziert werden sollen, sowie der verfolgten Ziele und der erwarteten Ergebnisse.

Das Haus für Demokratie und Rechtsstaat (ProDemos) 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 Beteiligung 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 Spezialisierung im Sinne des Artikels 198 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 wird von der GD Kommunikation direkt über eine mehrjährige Partnerschaftsrahmenvereinbarung ohne Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen und über besondere maßnahmenbezogene Finanzhilfen durchgeführt. Die Finanzhilfe wird nach einer Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen an ProDemos gewährt. Die Begründung für die Direktvergabe muss auch in der Vergabeentscheidung angegeben werden.

3. Preisgelder

Die globale Mittelausstattung für Wettbewerbe im Rahmen dieses Arbeitsprogramms 2026 beträgt **59 900 EUR**.

Haushaltlinie	Aktivität	2026 (EUR)
07 20 04 03	Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen	59 900

Diese Haushaltslinie deckt auch eine mögliche Evaluierung und Professionalisierung sowie digitale Hilfsmittel und künstliche Intelligenz, Infrastruktur und Dienstleistungen der nachstehend beschriebenen Kommunikationstätigkeiten ab.

Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen

Beschreibung, Ziele und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2026 werden sich die jeweiligen Aktivitäten auf die Prioritäten der Kommission konzentrieren, die in den Politischen Leitlinien 2024-2029 und im Arbeitsprogramm der Kommission für 2026 festgelegt sind. Es wird 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 Tätigkeiten richten sich nach den vom Lenkungsausschusses für institutionelle Kommunikation herausgegebenen Leitlinien¹². Preisgelder können in Form von nichtfinanziellen Beiträgen wie Gutscheinen, Reisen oder Eintrittskarten usw. vergeben werden. In diesen Fällen gelten dieselben Regeln und Grundsätze.

Art der Teilnehmer, an die sich der Wettbewerb richtet

Die Zielgruppe bilden im Wesentlichen Europäerinnen und Europäer, insbesondere Studierende, Journalisten und Influencer, bildende Künstler und eventuell auch Organisationen der Zivilgesellschaft (nichtstaatliche Organisationen, Vereine usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

4. Auftragsvergabe

Die globale Mittelausstattung für die Vergabe von Aufträgen im Jahr 2026 beläuft sich auf **95 301 100 EUR**.

Haushaltslinie	Aktivität	2026 (EUR)
07 20 04 02	Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste	48 692 000
07 20 04 03	Vertretungen der Kommission	27 160 100
07 20 04 04	Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger	14 974 000
Zwischensumme		90 826 100
14 20 04 03	Informationspolitik und strategische Kommunikation für das auswärtige Handeln	4 475 000
INSGESAM T		95 301 100

Diese Haushaltslinien decken auch eine mögliche Evaluierung und Professionalisierung sowie digitale Tools und künstliche Intelligenz, Infrastruktur und Dienstleistungen der nachstehend beschriebenen Kommunikationstätigkeiten ab.

¹² „Note on the follow-up actions for a more coherent approach for the next generations of EC prizes“: [Ares\(2023\)6690409](#).

4.1 Haushaltlinie 07 20 04 02 „Kommunikationsdienste für die Führungsebene und institutionelle Kommunikationsdienste“ – Bereitstellung von 48 692 000 EUR für 2026

Die Kommunikationsdienste für die Führungsebene stellt die GD Kommunikation der Präsidentin und dem Kollegium der Kommissionsmitglieder zur Verfügung, um die Kommunikation der Kommission mit den Bürgerinnen und Bürgern, Interessenträgern und anderen externen Partnern und deren Beteiligung zu unterstützen. Zu diesen Diensten zählen hochwertige allgemeine und länderspezifische Informationen und Analysen aus unterschiedlichen Quellen, die in den Entscheidungsprozess der Kommission einfließen. Dazu gehören politische und wirtschaftliche Informationen, Analysen der Medienberichterstattung, das Zuhören in den sozialen Medien, einschließlich der Überwachung von Fehl- und Desinformation und der damit verbundenen Beratung, sowie Meinungsumfragen. Dies führt zu einer fundierteren Politikgestaltung der EU, die konkrete Vorteile für die Bürgerinnen und Bürger und Interessenträger bringt und wirksam kommuniziert wird.

Mit ihren Produkten und Diensten der institutionellen Kommunikation unterstützt die GD Kommunikation als in diesem Bereich federführende Dienststelle die externe Kommunikation der Kommission. Die GD Kommunikation stellt 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, auf die politischen Prioritäten abgestimmten institutionellen Botschaften und Narrativen, einer charakteristischen und wirkungsvollen visuellen Markenführung und Größenvorteilen. Dies trägt zu einem besseren Bild der Kommission und der EU bei.

Die Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltlinie 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 Jahr 2026 werden sich die jeweiligen Aktivitäten auf die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2024-2029, in den Mandatsschreiben und im Arbeitsprogramm der Kommission für 2026 festgelegt sind, und auf die wichtigsten Ziele konzentrieren.

Zu den Aktivitäten zur Unterstützung der Bürgerbeteiligung¹³ gehören die Organisation neuer europäischer Bürgerforen und Online-Debatten auf der neuen Plattform für Bürgerbeteiligung, die Teil des neu gestalteten Portals „Ihre Meinung zählt“ ist.

Maßnahmen der Kommission zum Klimaschutz und zum Schutz 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:

- Im Jahr 2026 wird die GD Kommunikation weiterhin über Klimaschutz und Nachhaltigkeit als Mittel zur Förderung von Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und Wohlstand kommunizieren,

¹³ Im Einklang mit COM(2022) 404 final über die Folgemaßnahmen zur Konferenz zur Zukunft Europas „Von der Vision zu konkreten Maßnahmen“.

insbesondere durch Initiativen im Zusammenhang mit der neuen Strategie für eine saubere Industrie, die eine Chance bietet, unseren künftigen Wohlstand mit einer starken klimaneutralen Industrie und einem fairen und gerechten Übergang zu erhalten.

- Die GD Kommunikation wird weiterhin irreführende Narrative zum Klimawandel aufspüren und ihnen durch eine spezielle Untergruppe ihres kommissionsweiten Netzes gegen Desinformation entgegenwirken.
- Das Referat Grafikdesign der Kommission unterstützt ein breites Spektrum von Kommunikationsmaßnahmen zur Förderung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt, indem es den Kabinetten, dem Sprecherdienst und den Generaldirektionen visuelles Material zu diesem Thema zur Verfügung stellt.
- Der Dienst für audiovisuelle Medien der Kommission unterstützt ein breites Spektrum von Kommunikationsmaßnahmen zur Förderung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt (online und offline), indem er den Kabinetten, dem Sprecherdienst und den Generaldirektionen audiovisuelles Material zu diesem Thema zur Verfügung stellt. Diese audiovisuellen Produktionen umfassen erläuternde Videoclips, Teaser für Legislativpakete, die Berichterstattung über Pressekonferenzen und Veranstaltungen zum Thema Klima und biologische Vielfalt sowie die Produktion von Videomaterial und illustrierenden Fotos, die Medien zur Verfügung gestellt werden, welche über das Thema berichten möchten.
- Da es nunmehr einen einzigen zentralen Datenspeicher gibt, sind keine Kopien mehr auf mehrere Server verteilt, was Ressourcen und Energie spart. Alle externen Kommunikationsmaterialien zum Thema Klima und biologische Vielfalt sind im Portal für audiovisuelle Materialien verfügbar.
- Die GD Kommunikation trägt auch zum Schutz des Klimas und der biologischen Vielfalt bei, indem sie der Energieeffizienz Vorrang einräumt. Dies wird durch die Auswahl von Cloud-Anbietern und IT-Lösungen erreicht, die grüne Energiequellen nutzen oder bei der Auswahl von Technologien 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

Im Jahr 2026 wird die GD COMM die auf der Domain „Europa“ gehosteten Websites weiter ausbauen und modernisieren, um den Bürgerinnen und Bürgern, politischen Entscheidungsträgern, Medien und anderen Interessenträgern klare, zugängliche und ansprechende Informationen zur Verfügung zu stellen. Der Schwerpunkt wird darauf liegen, die politischen Prioritäten der Kommission zu erläutern und ins Bewusstsein zu rufen und die allgemeine Qualität und die Steuerung der Internetpräsenz zu verbessern. Folgende zentrale Maßnahmen sind geplant:

- Entwicklung und Veröffentlichung neuer mehrsprachiger Inhalte, die die Prioritäten der Kommission für 2024-2029 umfassend, ansprechend und benutzerfreundlich erläutern und dem Publikum helfen, die strategischen Ziele und politischen Maßnahmen der Kommission besser zu verstehen
- Aufrechterhaltung der prominenten Internetpräsenz der Präsidentin und des Kollegiums der Kommissionsmitglieder mit aktuellen Informationen über ihre Aufgaben, Zuständigkeiten und Tätigkeiten, um so die Transparenz und das öffentliche Bewusstsein zu stärken
- Unterstützung neuer vorrangiger Initiativen und Kommunikationskampagnen durch die Entwicklung ansprechender Webinhalte, einschließlich visuellem Storytelling, um das Verständnis der Bürgerinnen und Bürger zu verbessern

- Bereitstellung strategischer Leitlinien und Unterstützung für die Kommissionsdienststellen zwecks Optimierung der Internetpräsenz und Gewährleistung, dass politische und fachliche Inhalte nahtlos und ohne Überschneidungen in einer benutzerfreundlichen, leicht zugänglichen Form integriert werden
- Koordinierung der Websites der Vertretungen, um eine nahtlose Navigation von den Inhalten der institutionellen Websites zu den lokalisierten Inhalten zu gewährleisten, um die Europäerinnen und Europäer besser anzusprechen und ein breiteres Spektrum von Nutzern zu erreichen
- Verbesserung des allgemeinen Interneterlebnisses durch Rationalisierung der Inhalte, Förderung der Mehrsprachigkeit und bessere Navigation
- Gewährleistung einer robusten Web-Politik auf der Domain „Europa“, einschließlich der regelmäßigen Überwachung der Leistung der Websites und ihrer Konformität mit einschlägigen Vorschriften und Standards (z. B. Datenschutz, Barrierefreiheit im Internet)
- Einsatz und Verbesserung der institutionellen Instrumente zur Unterstützung der Internetpräsenz, einschließlich der Europa Web Publishing Platform, der European Component Library, des Digital Europa Thesaurus und der Web Tools
- Überwachung der Nutzung von Websites, Analyse von Rückmeldungen der Nutzer und Durchführung von Nutzerforschungsaktivitäten zur kontinuierlichen Verbesserung des Nutzererlebnisses
- verstärkter Einsatz von KI-Technologie zur Unterstützung der Internetkommunikation
- Überwachung der Umsetzung des Aktionsplans zur Barrierefreiheit im Internet 2022-2025 und Festlegung von Folgemaßnahmen für 2026.

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

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienste, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert z. B. an die Generaldirektionen BUDG, DGT, DIGIT, RTD, EAC, OP, OIB und PMO.

4.1.2 Eurobarometer und Datenanalyse

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Zu den wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2026 gehören:

- Im Einklang mit den Prioritäten der Kommission trägt das Eurobarometer dazu bei, die Wahrnehmung der europäischen öffentlichen Politik zu analysieren und die öffentliche Meinung in Europa zu wichtigen Prioritäten besser zu verstehen. Dazu gehören Wettbewerbsfähigkeit und Wohlstand, europäische Verteidigung und Sicherheit, die Unterstützung der Menschen und die Stärkung unserer Gesellschaften und unseres Sozialmodells, die Erhaltung der Lebensqualität, der Schutz der Demokratie und die Wahrung der Werte, die globale Rolle Europas, einschließlich der Erweiterung, und die Solidarität mit der Ukraine.

- Eurobarometer-Umfragen werden als regelmäßige Umfragen in den Mitgliedstaaten und gegebenenfalls in den Kandidatenländern und/oder anderen Ländern durchgeführt und dienen der Analyse von Trends der öffentlichen Meinung. Dies schließt allgemeine und Ad-hoc-Umfragen zu den Prioritäten der Kommission ein, die bestimmte Themen betreffen und/oder an bestimmte Zielgruppen gerichtet sind, sowie qualitative Studien. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse liefern in Verbindung mit den anderen Monitoring- und Listening-Tools wichtige Informationen für die politische Führung und fließen in wichtige Entscheidungen zur Verwirklichung der Prioritäten der EU ein. Die GD Kommunikation wird weiterhin die richtungsweisenden Standard-Eurobarometer-Umfragen, die sich auf langfristige Trends und Kernprioritäten konzentrieren, sowie Ad-hoc-Umfragen zum Monitoring neuer Prioritäten durchführen. Sie wird auch weiterhin eng mit anderen Generaldirektionen zusammenarbeiten, die die Eurobarometer-Rahmenverträge nutzen, um zu gewährleisten, dass die erhobenen Meinungsdaten kohärent und von hoher Qualität sind.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.), Rahmenverträge für Eurobarometer-Umfragen, einschließlich einer neuen für Standard-Eurobarometer-Umfragen und einer neuen für qualitative Eurobarometer-Studien. Mit anderen Organen (z. B. dem Europäischen Parlament) und Kommissionsdienststellen (z. B. der GD Digitale Dienste, der Gemeinsamen Forschungsstelle) wurden Absichtserklärungen geschlossen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

4.1.3 Fernsehstudios und Europe by Satellite (im Folgenden: „EBS“)

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2026 konzentrieren sich diese Tätigkeiten auf die Prioritäten der Kommission, die in den Politischen Leitlinien 2024-2029 und im Arbeitsprogramm der Kommission festgelegt sind, wobei der sich verändernde politische und geopolitische Kontext zu berücksichtigen ist. Der Audiovisuelle Dienst verbessert seine IT-Systeme weiter, wobei der Schwerpunkt auf der Verbesserung der Planungs- und Terminierungstools, der Arbeitsabläufe für Fotos, der Erstellung von Metadaten und einer verbesserten Zugriffsmöglichkeit liegen wird.

Ziel der Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltlinie ist es:

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

Folgende Aktivitäten werden durchgeführt:

- Betrieb der audiovisuellen Anlagen im Brüsseler Berlaymont-Gebäude¹⁴ zwecks Erbringung audiovisueller Dienste, einschließlich der 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
- Einführung eines KI-Konzeptnachweises (POC) für die automatische Erstellung von Metadaten und verbesserte Suchfunktionen
- Prüfung von KI-Lösungen für die Produktion und Bearbeitung von Bildern
- Übertragung von EBS, 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, BlueSky, X, LinkedIn und Instagram)

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienste, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

4.1.4 Berichterstattung in den Medien, audiovisuelle Mediathek und audiovisuelle Produktion

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2026 sind:

- (1) Video- und Fotoberichterstattung
 - Produktion von Video- und Fotonachrichtenbeiträgen über die Initiativen der Kommission, die die offiziellen Auftritte und Missionen der Mitglieder des Kollegiums abdecken. Diese Aufnahmen sind hauptsächlich für die Nutzung durch die Medien (Fernsehen, Online-Medien, Printmedien) und die sozialen Medien bestimmt.
 - Produktion von thematischen und illustrativen Videos und Fotos zu aktuellen EU-Themen
 - Produktion von Illustrationsbildern, die speziell zur Unterstützung von Kommunikationsmaßnahmen zu den neuen politischen Prioritäten und Initiativen der Kommission bestimmt sind
- (2) Videoproduktion
 - Steigerung und Diversifizierung der Videoproduktion für die Öffentlichkeit unter Berücksichtigung der Anforderungen von Social-Media-Plattformen und der neuen Kommunikationstrends
 - Produktion von Videos im Jahr 2026 für verschiedene Plattformen und Kanäle, in denen die Prioritäten und Initiativen der Kommission erläutert werden

¹⁴ Zwei Fernsehstudios (ein neues Studio wurde 2022 geschaffen) und ein Hörfunkstudio, ein Regieraum sowie Schnitt- und Grafikräume.

- (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 EBS und EBS+, das audiovisuelle Portal und unterschiedliche Technologieplattformen einschließlich der sozialen Medien Für Vorzeigeveranstaltungen kann bezahlte Werbung genutzt werden, und die Verbreitung kann durch eine Partnerschaft mit der Union der Europäischen Rundfunkorganisationen (UER) gefördert werden.
 - Weiterentwicklung des YouTube-Kanals der Kommission im Jahr 2026, indem attraktive Inhalte geschaffen werden, die auf diese Plattform zugeschnitten sind, um eine größere Reichweite, auch für junge Menschen, zu erreichen, wobei auch mehr Abonnenten mit Sitz in der EU angestrebt werden
- (4) Audiovisuelle Mediathek und AV-Portal
 - Konsolidierung des zentralen Archivs der Kommission für audiovisuelle Produktionen als Teil des Ansatzes „Synergien und Effizienzgewinne“
 - Zusammenarbeit mit dem Amt für Veröffentlichungen der EU, um die audiovisuelle Mediathek zum Archiv für die amtliche Hinterlegung von audiovisuellen Produkten zu machen
 - Etablierung des audiovisuellen Portals als zentrale Verbreitungsplattform, um eine benutzerfreundlichere Schnittstelle zu schaffen
 - Fortsetzung der Förderung des audiovisuellen Archivinhalts und Gewährleistung seiner Verbreitung
 - Bereitstellung aller Podcasts der Kommission als Audiodateien auf dem Portal der Kommission
 - Fortsetzung der Arbeiten zur Erhaltung, Digitalisierung und Dokumentierung der Mediathek
 - Fortsetzung der Arbeiten zu Urheberrechtsfragen rund um die Europahymne
- (5) Archivierung von audiovisuellem Material, Überprüfung der Urheberrechte, Verbreitung und Webentwicklung
- (6) Verbesserung der Arbeit von audiovisuellen Dokumentaren mit KI-Analysewerkzeugen
- (7) Integration von KI in die Arbeitsabläufe der MAM (Beluga) und Überprüfung des Archivs zur Verbesserung seiner Zugriffsmöglichkeiten
- (8) Sicherstellung, dass der Einsatz von KI-Tools mit den Leitlinien zum Urheberrecht, zu personenbezogenen Daten und zu Bildrechten im Einklang steht
 - Streaming, Transkodierung, Hosting und Bereitstellung von Inhalten
 - Konsolidierung und Verbesserung der Instrumente zur Messung der Nutzung von audiovisuellem Material, das von den EU-Organen erstellt wurde
 - 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 durch die Nutzung von KI-Technologien
 - Verwaltung der digitalen und technischen Dienste
 - Verwaltung von audiovisueller Produktion, Untertitelung und Ankauf von Fotos
- (9) Austausch audiovisuellen Fachwissens mit anderen Dienststellen
 - Koordinierung des Netzes von Korrespondenten für audiovisuelle Medien zum Austausch über bewährte Verfahren und Trends entsprechend seiner Führungsrolle in diesem Bereich
 - Unterstützung der Generaldirektionen und Agenturen durch die Verwaltung der institutionellen Rahmenverträge für audiovisuelle Medien

Besonderes Augenmerk wird auf die Gewährleistung einer audiovisuellen Kommunikation im Zusammenhang mit den neuen politischen Initiativen und der Reaktion der EU auf globale Herausforderungen gelegt.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge für die Indexierung von Metadaten von audiovisuellem Material, Foto- und Videoberichterstattung und Lizenzen für historische, redaktionelle und Bestandsfotos und -videos sowie damit verbundene Dienstleistungen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (z. B. Generaldirektion Übersetzung (DGT) und Forschung und Innovation (RTD)).

4.1.5 Beobachtung und Auswertung der Medienberichterstattung

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2026 sind:

- Beobachtung der traditionellen Medien und sozialen Medien, um fortlaufend Rückmeldungen zur Medienberichterstattung über die Kommission und die EU in allen Mitgliedstaaten (und ausgewählten Drittländern, einschließlich Kandidatenländern und potenziellen Kandidatenländern) im Zusammenhang mit Themen von europäischem Interesse und wichtigen internationalen und nationalen Strategien und politischen Entwicklungen zu gewährleisten sowie Echtzeit-Informationen/-Benachrichtigungen zu wichtigen Neuigkeiten aus der Welt zu übermitteln (dazu gehört auch die Bereitstellung von Nachrichten für Presseagenturen und Live-Benachrichtigungen in den sozialen Medien für wichtige politische Ereignisse wie G7- und G20-Gipfeltreffen, Tagungen des Europäischen Rates, wichtige politische Ankündigungen)
- Sicherstellung der nötigen urheberrechtlichen Lizenzen zur Nutzung der Produkte für die Medienbeobachtung durch die Kommissionsbediensteten
- quantitative und qualitative Medienanalyse für alle Medienarten (Print-, Online-, audiovisuelle und soziale Medien) zur Medienwirksamkeit der politischen Prioritäten und der Initiativen 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.
- Beiträge zur integrierten Berichterstattung über wichtige Vorschläge, Prioritäten und Veranstaltungen der Kommission
- Aufdeckung und Weiterverfolgung von Darstellungen in den Medien und den sozialen Medien im Zusammenhang mit den wichtigsten politischen Prioritäten

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.), Rahmenverträge für die Medienbeobachtung, Medienanalyse sowie Überwachung und Analyse sozialer Medien Urheberrechtslizenzen, Abonnements für neue Plattformen von Presseagenturen Mit anderen Organen und Kommissionsdienststellen (z. B. GD Informatik, Gemeinsame Forschungsstelle) wurden Absichtserklärungen geschlossen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

4.1.6 Abonnements

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2026 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, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.) und neue Ausschreibungen, einschließlich neuer Rahmenverträge für Abonnements.

Durchführung

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

4.1.7 Grafikdesign und Unterstützung der Kommunikation

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2026 sind die wichtigsten Aktivitäten im Bereich des Grafikdesigns:

- Weiterentwicklung und Nutzung der visuellen Identität der Kommission 2024-2029
- Bereitstellung von Grafikdesignprodukten zur Veranschaulichung der Prioritäten der Kommission
- Entwicklung visueller Konzepte, Erstellung von Infografiken und interaktiven Inhalten, die ständig weiterentwickelt und an neue Trends angepasst werden
- Organisation externer Kommunikationsmaßnahmen, einschließlich Werbebannern an Gebäuden und Mauern, Zusammenarbeit bei der Vorbereitung externer Kommunikationsveranstaltungen
- Beratung zur visuellen Identität, insbesondere im Zusammenhang mit der Auffrischung der 2024 genehmigten visuellen Identität der Kommission und der Umsetzung der aktualisierten Leitlinien für die Markenpolitik der Kommission, Beratung der Generaldirektionen bezüglich der erforderlichen Aktualisierung des Emblems der Kommission sowie über die korrekte Verwendung des EU-Emblems

- Beratung der Vertretungen bei der grafischen Gestaltung ihrer wichtigsten Kommunikationsveranstaltungen
- Koordinierung des Grafikdesignnetzes der Kommission, Steigerung der Professionalisierung ihrer Grafikdesign-Community durch die Organisation von Workshops mit Grafikdesign-Fachleuten
- Untersuchung der Nutzung von KI für Grafikdesign

In Bezug auf die Unterstützung der Kommunikation sind für 2026 vor allem folgende Tätigkeiten vorgesehen:

- Erleichterung des Zugangs zu schnellen und flexiblen vertraglichen Lösungen für den Kommunikationsbedarf der neuen Kommission. Dies erfolgt über sorgfältig kuratierte und verwaltete Rahmenverträge sowie andere Instrumente wie dynamische Beschaffungssysteme. Gleichzeitig wird durch detaillierte Planung und Überwachung der Auftragsvergabe die Betriebskontinuität sichergestellt.
- Steuerung der visuellen Umsetzung der strategischen politischen Kommunikation zu den Prioritäten der Kommission sowie im Bereich der Krisenkommunikation.

Die Mittel dieser Haushaltslinie können ebenfalls zur Überprüfung der Qualität und Gestaltung von Kampagnen anderer Kommissionsdienststellen eingesetzt werden, um die Übereinstimmung mit politischen Prioritäten und institutionellen Standards sicherzustellen. Aus dem Haushalt können darüber hinaus vertragliche Lösungen zur Unterstützung integrierter Kampagnen der Kommissionsdienststellen eingesetzt werden, etwa durch strategische Kampagnendienstleistungen sowie Medienplanung- und -einkauf. Diese vertraglichen Lösungen stützen sich auf institutionelle Rahmenverträge, die ein breites Spektrum an Kommunikationsdienstleistungen abdecken und eine gleichbleibend hohe Qualität der Leistungen im Einklang mit institutionellen Standards und Prioritäten gewährleisten.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen), einschließlich Verträgen mit einzelnen Sachverständigen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (z. B. BUDG, OP).

4.1.8 Soziale Medien

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2026 sind die wichtigsten Aktivitäten die Entwicklung von Strategien für die sozialen Medien und die Verwaltung der zentralen und lokalen Social-Media-Plattform der Kommission. Dies umfasst Folgendes:

- Leitung der Social-Media-Planung in Bezug auf die Prioritäten der Kommission, einschließlich Krisenkommunikation

- Schwerpunktsetzung auf die Prioritäten dieser Amtszeit der Kommission und die Vorteile 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 in Zusammenarbeit mit den zuständigen Generaldirektionen
- Lenkung der Social-Media-Präsenz der Vertretungen der Kommission in den Mitgliedstaaten und Generaldirektionen
- Bereitstellung maßgeschneiderter Leitlinien und Schulungen für die Mitglieder des Kollegiums und ihre Kabinette, die Vertretungen der Kommission in den Mitgliedstaaten und die Generaldirektionen
- Kontaktaufnahme und Dialog mit verschiedenen Zielgruppen durch Community-Management und Community-Aufbau (abgestimmt mit den Aktivitäten der Vertretungen)
- Beobachtung und Faktenprüfung schädlicher Narrative
- Förderung der Social-Media-Kompetenz und Anpassung an die Auswirkungen künstlicher Intelligenz Verbesserung der Datenanalyse und Evidenz zu Entwicklungen und Trends in den sozialen Medien
- Anpassung an das sich verändernde Social-Media-Umfeld, Optimierung der Präsenz in Bezug auf Plattformprofile
- Verbesserung der Social-Media-Zusammenarbeit auf zentraler und lokaler Ebene
- Koordination und Unterstützung des Social-Media-Netztes der Kommission
- Erkundung neuer Plattformen und Inhalte, auch im Hinblick auf die Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz
- Ausweitung der Reichweite der Initiativen der Kommission durch ein etabliertes Programm von Erstellern von Inhalten für Multiplikatoren und Aufbau einer lebendigen Community, Erweiterung der Datenbasis und Einbeziehung von Multiplikatoren in die meisten Kommunikationsaktivitäten
- Entwicklung geeigneter audiovisueller Inhalte für Social-Media-Plattformen, z. B. Reels und andere neue Formate
- Unterstützung von institutionellen Kommunikationskampagnen (z. B. für NextGenerationEU, Demokratiekampagne).

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (technische Hilfe, Studien, Evaluierungen, Umfragen sowie digitale Instrumente, Infrastrukturen und Dienstleistungen), 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, Zusammenarbeit mit Multiplikatoren und Öffentlichkeitsarbeit auf lokaler Ebene.

Durchführung

Von der GD Kommunikation durchgeführt.

4.1.9 Stärkung der Resilienz und Bekämpfung von Desinformation

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Die wichtigsten Tätigkeiten im Jahr 2026 zur Gestaltung der strategischen Kommunikation der Kommission und zur Stärkung der gesellschaftlichen Resilienz gegen Informationsmanipulation, ausländische Einflussnahme und Desinformation, unter anderem durch Sensibilisierung, proaktive Kommunikation und Förderung digitaler und medialer Kompetenzen, umfassen:

- Überwachung, Analyse und Berichterstattung über zentrale Desinformationsnarrative als Grundlage für geeignete Kommunikationsreaktionen
- Anschaffung von Instrumenten und fortschrittlichen technologischen Lösungen, einschließlich Datenanalysewerkzeugen, zur wirksamen Bekämpfung von Fehl- und Desinformation
- Organisation von Maßnahmen und Kampagnen zur Sensibilisierung für die Risiken von Desinformation sowie zur Stärkung gesellschaftlicher Resilienz durch Förderung digitaler und medialer Kompetenzen
- Beratung der Vertretungen und Generaldirektionen zu Desinformationsaspekten im Rahmen ihrer Kommunikationsmaßnahmen oder -prioritäten
- Koordinierung des Netzes der Kommission gegen Desinformation, einschließlich seiner ständigen und Ad-hoc-Gruppen, Förderung der Professionalisierung, des Austauschs bewährter Verfahren und jüngster Innovationen, insbesondere durch Workshops und die Zusammenarbeit mit Sachverständigen
- Unterstützung beim Kapazitätsaufbau der Vertretungen und Generaldirektionen in den Bereichen Lagebewusstsein und Resilienzförderung

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen), hauptsächlich auf der Grundlage bestehender Rahmenverträge, einschließlich Verträgen mit einzelnen Sachverständigen.

Durchführung

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

4.2 Haushaltlinie 07 20 04 03 „Vertretungen der Kommission“ – Bereitstellung von 27 160 100 EUR für 2026

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, 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 von Besuchen in den Mitgliedstaaten mitwirken. Darüber hinaus versorgen sie die Kommission mit detaillierten, präzisen und zeitnahen Analysen und Berichten zu politischen, wirtschaftlichen und kommunikationsbezogenen Schlüsselthemen und können gezielte Ratschläge dazu geben, wie wichtige politische Initiativen vor Ort aufgenommen werden können, die in den politischen Entscheidungsprozess einfließen.

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 durchgeführt werden. Sie deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung sowie digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen dieser Kommunikationsaktivitäten ab.

Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt:

- Alle geplanten Maßnahmen stehen im Einklang mit den Leitlinien für die Organisation nachhaltiger Sitzungen und Veranstaltungen bei der Kommission.

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

4.2.1 Kommunikationsmaßnahmen von Vertretungen

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Ziel der Aktivitäten im Rahmen dieser Haushaltslinie ist die Umsetzung dezentraler Kommunikationsmaßnahmen durch die Vertretungen.

Die Kommunikationsmaßnahmen der Vertretungen werden sich im Jahr 2026 auf die wichtigsten Prioritäten der Kommission auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene konzentrieren. Dazu gehören die Kommunikation ihrer politischen Initiativen und Prioritäten, die Ergebnisse der Aufbaupläne NextGenerationEU und die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger durch Initiativen wie den Politikdialog mit jungen Menschen, die europäischen Bürgerforen und die Plattform „Ihre Meinung zählt“ sowie über EU-Netze (z. B. EUROPE-DIRECT-Zentren, Netzwerk der EU-Gemeinderäte). Die Vertretungen werden auch institutionelle Kommunikationskampagnen unterstützen und ihre Aktivitäten auf die nationalen, regionalen und lokalen Zielgruppen abstimmen.

Ein besonderer Schwerpunkt wird auf der digitalen Kommunikation und der Bekämpfung von Fehl- und Desinformation mithilfe eines effektiven Community-Managements in Abstimmung mit der Arbeitsgruppe liegen. Die Vertretungen werden enger mit den lokalen Akteuren zusammenarbeiten, darunter Denkfabriken, Faktenprüfer, Nichtregierungsorganisationen, Journalisten, Mitglieder des Netzwerks der EU-Gemeinderäte und politische Persönlichkeiten sowie Urheber von Online-Inhalten.

Die Vertretungen organisieren Informationsveranstaltungen für Journalisten, Besuche bei den Organen, Einrichtungen und sonstigen Stellen der EU, in den Studios der Kommission, audiovisuelle Inhalte und technische Unterstützung für Journalisten, die Erstellung von Informationspaketen für Journalisten, Newsletter und Pressebriefings. Sie werden auch weiterhin mit den Urhebern von Online-Inhalten zusammenarbeiten.

Die Vertretungen werden mit den politischen Generaldirektionen, dem Europäischen Parlament, den Mitgliedstaaten, dem Ausschuss der Regionen und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss zusammenarbeiten, um die Informations- und Kommunikationsaktivitäten koordiniert zu verbessern. Sie werden auch mit Interessenträgern zusammenarbeiten, um politische und wirtschaftliche Erkenntnisse zu sammeln, sowie mit den Bürgerinnen und Bürgern, um die öffentliche Meinung zu vorrangigen Themen zu bewerten.

Aus dieser Haushaltslinie werden verschiedene Kommunikationsmaßnahmen finanziert, z. B. die Konzeption und Durchführung nationaler und lokaler Kommunikationskampagnen, die Zusammenarbeit

mit den Medien, die Entwicklung audiovisueller Inhalte, die Verwaltung digitaler Inhalte – durch die Stärkung des bestehenden Netzwerks der Community Manager –, die Entwicklung lokaler Social-Media-Kampagnen, die Überwachung und Bekämpfung von Fehlinformationen, die Organisation von Veranstaltungen zur Öffentlichkeitsarbeit usw.

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

Die Auftragsvergabe im Rahmen dieser Haushaltslinie erstreckt sich auch auf die Instrumente, die die Vertretungen für die 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 der GD Kommunikation durchgeführt.

Die Aktivitäten umfassen Folgendes:

- Durchführung lokaler Kommunikationskampagnen
- Unterstützung von institutionellen Kommunikationskampagnen
- Organisation von Bürgerbeteiligungsaktivitäten
- Verwaltung redaktioneller Aufgaben im Zusammenhang mit den Websites der Vertretungen
- Entwicklung lokaler Strategien für die sozialen Medien und Verwaltung der Social-Media-Konten der Kommission, einschließlich Community-Management
 - Kommunikation in den sozialen Medien (z. B. organisch erzielte Öffentlichkeitsarbeit, bezahlte Werbung, Nutzung verschiedener Inhaltsformate, Zusammenarbeit mit Erstellern von Online-Inhalten)
- Überwachung von und Reaktion auf Fehl- und Desinformation sowie Sensibilisierung für die Bemühungen der EU zur Bekämpfung von Desinformation
 - Organisation von Veranstaltungen zur Öffentlichkeitsarbeit für Bürgerinnen und Bürger sowie Interessenträger (online und persönlich)
- Erstellung und Verbreitung von Online-Inhalten und Online-Veröffentlichungen
- Besuche bei den EU-Organen und andere Besuche für Journalisten und Ersteller von Online-Inhalten
- Organisation von Pressebriefings und anderen Veranstaltungen für Journalisten und andere Multiplikatoren
- Audiovisuelle Inhalte

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.) und neue Ausschreibungen, einschließlich neuer Rahmenverträge auf der Ebene der Vertretungen.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen und Dienststellen (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 (EPLO) in den Mitgliedstaaten steht die Schärfung des Bewusstseins für das europäische Projekt und insbesondere die politischen Prioritäten der neuen Kommission und des Europäischen Parlaments. In Ländern, in denen „Erlebnis-Europa-Zentren“¹⁵ eingerichtet und in Betrieb sind, werden sie eine entscheidende Rolle bei dieser Zusammenarbeit spielen.

Ziel der Vertretungen und Verbindungsbüros ist es, die Zusammenarbeit mit nationalen, regionalen und lokalen Behörden zu fördern, Kommunikationsnetze der Kommission und des Europäischen Parlaments zu mobilisieren und Meinungsführer und andere wichtige Interessenträger in die Kommunikation über die EU einzubeziehen. Die Botschaften werden mit den Kommunikationsprioritäten der Kommission im Einklang stehen, und die Projekte werden die institutionellen Kampagnen der Kommission ergänzen.

Gemeinsame Kommunikationsprojekte der Vertretungen und Verbindungsbüros werden die Zusammenarbeit bei der Öffentlichkeitsarbeit auf der Grundlage gemeinsam vereinbarter Prioritäten sowie gemeinsamer Arbeitspläne fördern.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge und Immobilienverträge.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls durch interinstitutionelle Zusammenarbeit und 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 ab:

- die EUROPE-DIRECT-Zentren
- die EU-Gemeinderäte
- die Europäischen Dokumentationszentren
- das Referentinnen- und Referentennetz „Team EUROPE DIRECT“⁽¹⁶⁾

¹⁵ „Erlebnis Europa“ sind 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, in allen Mitgliedstaaten interaktive Erlebnis-Europa-Zentren einzurichten. Bisher gibt es „Erlebnis-Europa“-Ausstellungen bereits in Athen, Berlin, Budapest, Dublin, Helsinki, Kopenhagen, Ljubljana, Luxemburg, Paris, Prag, Rom, Stockholm, Tallinn, Warschau, Wien und Zagreb.

¹⁶ Vormals „Team Europe“.

Die oben genannten, von der GD Kommunikation betriebenen Netzwerke sind entscheidend, um die lokale Bevölkerung durch verschiedene Arten von Aktivitäten zu erreichen. Sie informieren Bürgerinnen und Bürger auf lokaler Ebene über die Politik und die Prioritäten der EU, die für ihre Region relevant sind, und treten mit ihnen in einen Dialog – unter Berücksichtigung des lokalen Kontexts –, entweder durch direkte Einbindung oder über Medien, soziale Medien usw. Im Jahr 2026 wird jede Vertretung ihre nationalen Netzwerkmitglieder unterstützen, einschließlich gemeinsamer Netzwerktreffen. Dies umfasst Präsenz- und Online-Schulungen, zeitnahe Informationen sowie maßgeschneiderte Dienstleistungen, um die lokalen Netzwerke mit der Kommunikationsstrategie des jeweiligen Landes in Einklang zu bringen. Diese Bemühungen zielen darauf ab, das Verständnis für die Politik der EU im nationalen Kontext zu vertiefen, die Mitglieder über die Prioritäten der Kommission auf dem Laufenden zu halten und ihre Rolle als Multiplikatoren auf lokaler Ebene zu stärken.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienste, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (BUDG, DIGIT, DGT und OP). Das Netzwerk der EU-Gemeinderäte wird gemeinsam mit dem Ausschuss der Regionen betrieben.

4.3 Haushaltslinie 07 20 04 04 „Kommunikationsdienste für die Bürgerinnen und Bürger“ – Bereitstellung von 14 974 000 EUR für 2026

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 Kontaktaufnahme mit der Kommission – online oder persönlich – wahrscheinlicher wird.

Diese Haushaltslinie dient der Finanzierung allgemeiner Maßnahmen in den Bereichen Information, institutionelle Kommunikation und Bürgerbeteiligung in allen Mitgliedstaaten, einschließlich ihrer möglichen Bewertung und Professionalisierung, sowie digitaler Instrumente, Infrastrukturen und Dienstleistungen¹⁷.

Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes und der biologischen Vielfalt:

- Als Beitrag zur durchgängigen Berücksichtigung des Klimaschutzes bietet die GD Kommunikation den Netzen eine breite Palette an Unterstützung durch eine umfassende Verlagerung hin zu Online-Diensten an. Beispielsweise Webinare, Sitzungen oder Umfragen. Einige EUROPE-DIRECT-Zentren haben einen Teil ihrer Aktivitäten ins Internet verlagert.

¹⁷ Siehe Ziffer 4.2 Absatz 4.

- Bei der Wahl der Transportmittel sollten die Vertretungen sowie die Besucherinnen und Besucher umweltfreundlichere Verkehrsträger in Betracht ziehen, wenn diese eine kosteneffiziente Option darstellen. Das Besuchsmaterial und die Verpflegung werden auf nachhaltige Weise bereitgestellt.
- 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 folgenden Netze ab:

- die EUROPE-DIRECT-Zentren
- die EU-Gemeinderäte
- die Europäischen Dokumentationszentren
- Referentinnen- und Referentennetz „Team EUROPE DIRECT“¹⁸

Die oben genannten von der GD Kommunikation betriebenen Netzwerke sind von entscheidender Bedeutung, um die lokalen Zielgruppen durch verschiedene Arten von Aktivitäten zu erreichen. Sie informieren Bürgerinnen und Bürger auf lokaler Ebene über die Politik und die Prioritäten der EU, die für ihre Region relevant sind, und treten mit ihnen in einen Dialog – unter Berücksichtigung des lokalen Kontexts –, entweder durch direkte Einbindung oder indirekt über Medien, soziale Medien usw. Um das Wissen der Netzwerkmitglieder über die Politik der EU zu erweitern und sie insbesondere über politische Prioritäten der Kommission auf dem neuesten Stand zu halten sowie um den Austausch bewährter Verfahren zwischen verschiedenen Mitgliedstaaten zu fördern oder durch länderübergreifende Initiativen Kooperationen anzustoßen, stellt die GD Kommunikation den Netzen unter anderem Präsenz- und Online-Schulungsseminare, Treffen sowie Informationsdienste und -material zur Verfügung.

Die Koordinierung mit den Vertretungen der Kommission, anderen Dienststellen der Kommission sowie den EU-Organen wird bei der Umsetzung der oben genannten Maßnahmen ordnungsgemäß gewährleistet.

Insbesondere für das *EU-Netzwerk der Gemeinderäte* umfassen die wichtigsten Ziele und Tätigkeiten im Jahr 2026:

- Aufbau eines besseren Verständnisses der Interessen und Stärken der Gemeinderäte, um die eingesetzten Instrumente und Unterstützungsangebote weiter zu verbessern
- Stärkung einer engeren und effizienteren Vernetzung und Zusammenarbeit zwischen den Gemeinderäten sowie mit dem Europäischen Ausschuss der Regionen im Rahmen des gemeinsamen Management-Teams des Netzes
- Förderung der Beteiligung der Gemeinderäte an EU-geförderten Aktivitäten

Vertragsarten

¹⁸ Vormals „Team Europe“.

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (BUDG, DIGIT, DGT und OP). Das Netzwerk der EU-Gemeinderäte wird gemeinsam mit dem Ausschuss der Regionen betrieben.

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 in den Jahren seit 2022 wird das EDCC weiterhin auch Informationen in ukrainischer und russischer Sprache anbieten.

Diese Aktivitäten sollen den Bürgerinnen und Bürgern einen schnellen Zugang zu wertvollen und verständlichen Informationen über die Arbeit der Organe und die Entscheidungen der EU verschaffen.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich Einzelverträgen auf der Grundlage der bestehenden Rahmenverträge für das EDCC.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.

4.3.3 Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Rahmen dieser Haushaltslinie ist die Auftragsvergabe auf die Finanzierung von sowohl physischer als auch digitaler Mittel zur Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger, wie etwa die europäischen Bürgerforen und der Politikdialog mit jungen Menschen, ausgerichtet. 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 Website „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. Diese Website umfasst eine interaktive Plattform für Bürgerbeteiligung, auf der Online-Debatten zur Unterstützung von Bürgerforen und anderen Formen der Bürgerbeteiligung stattfinden (z. B. der Politikdialog mit jungen Menschen und andere Initiativen, die im Leitfadens für Bürgerbeteiligung vorgesehen sind – siehe unten). Sie bietet auch Zugang zu anderen Kanälen für die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern und Interessenträgern, insbesondere zur Europäischen Bürgerinitiative (EBI) sowie zu öffentlichen Konsultationen und Rückmeldungen im Internet.

Die Verträge zur Förderung der Bürgerbeteiligung und zur Unterstützung dieser innovativen partizipativen Formate werden über ein dynamisches Beschaffungssystem geschlossen, 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 einen institutionellen Leitfaden zur Bürgerbeteiligung¹⁹ entwickelt und führt den Vorsitz in einer dienststellenübergreifenden Gruppe für Bürgerbeteiligung.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische und logistische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.).

Durchführung

Von der GD Kommunikation durchgeführt, gegebenenfalls teilweise delegiert an andere Generaldirektionen (BUDG, PMO).

4.3.4 Besucherdienste der Kommission (Besucherzentrum und „Erlebnis-Europa“-Ausstellung)

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Das Besucherzentrum der Europäischen Kommission und die Ausstellung „Erlebnis Europa“ in Brüssel haben eine zentrale Kommunikationsfunktion. Sie bieten den Besucherinnen und Besuchern Einblicke in die Arbeit der Kommission und Erklärungen zu den EU-Politikbereichen durch Präsentationen und interaktive audiovisuelle Displays. In beiden Räumlichkeiten werden jährlich zusammen mehr als 80 000 Besucherinnen und Besucher empfangen.

Das Besucherzentrum empfängt zahlreiche hochrangige Besuchergruppen und wichtige Multiplikatoren (ausgewählte Vertreter, Journalisten, Ersteller von Social-Media-Inhalten und andere) und bietet ihnen Präsentationen über die Arbeit und die Prioritäten der Kommission in verschiedenen Formaten (allgemeine, fachspezifische oder individuell zugeschnittene Informationsbesuche) an²⁰).

„Erlebnis Europa“ ist das ständige interaktive Ausstellungszentrum der Kommission in Brüssel, das sich an ein breiteres Publikum richtet. Die Besucherinnen und Besucher können sich in einem interaktiven

¹⁹ [CORPORATE GUIDANCE Citizen Engagement December 2023 \(europa.eu\)](https://europa.eu/corporate-guidance/citizen-engagement-december-2023)

²⁰ 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 bis zu vier Vorträge zu verschiedenen EU-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.

Umfeld über die Aufgaben der Kommission informieren sowie darüber, wie sich die EU auf das Leben der Menschen auswirkt.

Im Jahr 2026 sollen mit dieser Haushaltslinie die Kosten der Organisation physischer Besuche gedeckt werden. Auch die Betriebs-, Entwicklungs- und laufenden Kosten von Erlebnis Europa und des Besucherzentrums werden durch diese gedeckt, wie etwa für die Verwaltung und Entwicklung der Ausrüstung, mit der Kommunikationsinhalte bereitgestellt werden, technologische Aktualisierungen, die Erstellung, Aktualisierung und Anpassung von Inhalten, die Bewerbung des Angebots sowie sonstige Support- und Wartungsdienste.

Sie deckt auch die Entwicklung von Inhalten ab, die von der Kommission für die bereits in den Mitgliedstaaten eingerichteten „Erlebnis-Europa“-Ausstellungen bereitgestellt werden, sowie für die Ausstellungen, die 2026 in anderen Hauptstädten der EU (z. B. Bratislava, Den Haag und Sofia) eröffnet werden sollen.

Vertragsarten

Dienstleistungsverträge (Studien, technische und personelle Unterstützung, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen, logistische Dienstleistungen wie Reisen, Hotels, Restaurants, Beförderung vor Ort usw. sowie vorbeugende und evolutive Wartung der Kommunikationsstationen usw.) und 2026 ein neuer Rahmenvertrag für Besucherassistenten für die Dienstleistungen in Brüssel.

Durchführung

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

4.3.5 Jugend und Gesamtbericht

Beschreibung, Ziel und erwartete Ergebnisse

Im Jahr 2026 wird die Auftragsvergabe Ausgaben für Publikumsanalysen, die Erstellung von Kommunikationsmaterialien und die Durchführung von Maßnahmen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit umfassen, die sich in erster Linie an junge Menschen richten.

Die über diese Haushaltslinie finanzierten Veröffentlichungen umfassen:

- den Gesamtbericht über die Tätigkeit der EU (eine vertragliche Verpflichtung)
- Studien-, Feedback- und Testaktivitäten, mit denen die Qualität der Veröffentlichungen und Online-Materialien weiter verbessert werden soll, sowie gegebenenfalls erforderliche Studien
- Pflege und Aktualisierung der mehrsprachigen und interinstitutionellen Website „Lernecke“, einer zentralen Anlaufstelle für Materialien, erstellt von allen EU-Institutionen für Kinder, Jugendliche und Lehrkräfte.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Verträge für neu entstehenden Bedarf im Rahmen des neuen Auftrags des Referats.

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 4 475 000 EUR für 2026

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 2021-2027²¹ Beiträge anderer Dienststellen zu den institutionellen Kommunikationsmaßnahmen im Jahr 2026 ab (Gemeinsame Außen- und Sicherheitspolitik, Außenbeziehungen, internationale Zusammenarbeit wie etwa über Global Gateway, Europäische Nachbarschaftspolitik, Erweiterung, Konfliktverhütung und humanitäre Politik/Programme). Hauptziel ist die Planung, Vorbereitung, Verwaltung und Bewertung von institutionellen Kampagnen auf höchster Ebene.

Die institutionelle Kommunikation wird zur Entwicklung einer umfassenden Markenstrategie beitragen, die die zentralen europäischen Werte hervorhebt und verkörpert. Die Strategie wird künftige institutionelle Kampagnen beeinflussen und sicherstellen, dass die Marke das Publikum in ganz Europa erreicht.

Zusätzlich zu den oben beschriebenen allgemeinen Zielen könnte die institutionelle Kommunikation dazu beitragen, den EU-Bürgerinnen und -Bürgern die umfassende Arbeit der EU mit Partnerländern weltweit bei der Bewältigung globaler geopolitischer und geoökonomischer Herausforderungen – wie dem ökologischen und digitalen Wandel, Wirtschaftswachstum und Resilienz, Armut, Konflikten und Migration – zu vermitteln, eine Arbeit, die sowohl der EU selbst als auch ihrer Partner zugutekommt. Zudem könnte sie die Fortschritte der Kandidaten- und potenziellen Kandidatenländer auf dem Weg zur EU-Mitgliedschaft, ihre Beitrittsbereitschaft und die Vorteile der Erweiterung für die Bürgerinnen und Bürger sowohl der EU-Mitgliedstaaten als auch der Kandidatenländer verdeutlichen.

Die GD Kommunikation wird mittels institutioneller Kommunikation in der Lage sein, die Botschaften sowohl innerhalb als auch außerhalb der EU über digitale Kanäle und herkömmliche Medien, aber auch über spezielle Partnerschaften zu verbreiten.

Die Teilnahme an Treffen und Veranstaltungen im Präsenzformat wie Ausstellungen, z. B. im Rahmen des Europatags, könnte auch für dieses Ziel genutzt werden.

Ein wichtiger Teil der institutionellen Kommunikation besteht darin, die Reaktion der Kommission auf Desinformation weiter zu verstärken, die im Kampf der in Krisenzeiten vorherrschenden Narrative

²¹ COM(2023) 6467 final vom 29.9.2023.

zunehmend zu einer Waffe wird. 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.

Vertragsarten

Dienstleistungsaufträge (Studien, technische Hilfe, Evaluierungen, Umfragen, digitale Instrumente, Infrastruktur und Dienstleistungen, Kommunikationsdienstleistungen usw.), einschließlich neuer Rahmenverträge für die integrierten Kampagnen, Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnenstrategie- und Kreativ-Dienstleistungen, Kommunikationsberatung sowie Medieneinkauf und andere ähnliche Dienstleistungen.

Dies deckt gegebenenfalls auch die Evaluierung und die Professionalisierung der Kommunikationsaktivitäten sowie der Instrumente der digitalen und künstlichen Intelligenz ab.

Durchführung

Von der GD Kommunikation direkt durchgeführt.