



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Brüssel, den XXX
[...] (2011) XXX

BESCHLUSS DER KOMMISSION

vom XXX

**zur Annahme des als Finanzierungsbeschluss geltenden Arbeitsprogramms 2012 im
Bereich Kommunikation**

BESCHLUSS DER KOMMISSION

vom XXX

zur Annahme des als Finanzierungsbeschluss geltenden Arbeitsprogramms 2012 im Bereich Kommunikation

DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION -

gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union,

gestützt auf die Verordnung (EG, Euratom) Nr. 1605/2002 des Rates vom 25. Juni 2002 über die Haushaltsordnung für den Gesamthaushaltsplan der Europäischen Gemeinschaften („Haushaltsordnung“)¹, insbesondere auf die Artikel 75 und 110,

gestützt auf die Verordnung (EG, Euratom) Nr. 2342/2002 der Kommission vom 23. Dezember 2002 mit Durchführungsbestimmungen zur Haushaltsordnung („Durchführungsbestimmungen“)², insbesondere auf die Artikel 90 und 166,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Gemäß Artikel 49 Absatz 6 Buchstabe d der Haushaltsordnung können Mittel für punktuelle oder unbefristete Maßnahmen der Kommission aufgrund der ihr durch den EG-Vertrag und den EAG-Vertrag zugewiesenen anderen institutionellen Befugnisse als ihres Initiativrechts gemäß Buchstabe b sowie aufgrund besonderer Zuständigkeiten, die ihr unmittelbar durch diese Verträge zugewiesen werden und die in den Durchführungsbestimmungen aufgeführt sind, ohne Basisrechtsakt verwendet werden.
- (2) Die Kommunikation zählt zu den Aufgaben der Kommission, die sich aus den institutionellen Vorrechten ergeben.
- (3) Gemäß Artikel 56 der Haushaltsordnung wird der Haushalt auch nach dem Grundsatz der indirekten zentralen Mittelverwaltung ausgeführt. Der Nachweis des Vorhandenseins und des ordnungsgemäßen Funktionierens der in Artikel 56 der Haushaltsordnung genannten Elemente innerhalb der Einrichtungen, die von der Kommission mit der indirekten zentralen Verwaltung von EU-Mitteln beauftragt werden sollen, wurde erbracht.
- (4) Gemäß Artikel 110 der Haushaltsordnung und Artikel 166 der Durchführungsbestimmungen wird das Arbeitsprogramm, das zu Beginn des Jahres angenommen und veröffentlicht werden muss, von dem zuständigen

¹ ABl. L 248 vom 16.9.2002, S. 1. Geändert durch die Verordnung (EG, Euratom) Nr. 1995/2006 vom 13. Dezember 2006, ABl. L 390 vom 30.12.2006, S. 1.

² ABl. L 357 vom 31.12.2002, S. 1. Zuletzt geändert durch die Verordnung (EG, Euratom) Nr. 478/2007 vom 23. April 2007, ABl. L 111 vom 28.4.2007, S. 1.

Anweisungsbefugten vorbereitet; es enthält Angaben über den Basisrechtsakt, die Ziele, den Zeitplan für die Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen sowie über deren Richtbetrag und die erwarteten Ergebnisse.

- (5) Mit dem vorliegenden Beschluss werden für das Arbeitsprogramm 2012 insgesamt 103 125 000 EUR bereitgestellt. Die Mittel können auch die Zahlung von Verzugszinsen abdecken³.
- (6) Dieser Beschluss ist ein Finanzierungsbeschluss für den Haushalt 2012 im Sinne von Artikel 75 der Haushaltsordnung, Artikel 90 der Durchführungsbestimmungen zur Haushaltsordnung sowie Artikel 15 der internen Vorschriften für die Ausführung des Gesamthaushaltsplans der Europäischen Gemeinschaften⁴.
- (7) Gemäß Artikel 168 Absatz 1 Buchstabe c der Durchführungsbestimmungen können Finanzhilfen ohne Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen gewährt werden, wenn die Empfängereinrichtungen de jure oder de facto eine Monopolstellung innehaben.
- (8) Gemäß Artikel 181 der Durchführungsbestimmungen werden im Arbeitsprogramm die Finanzhilfen festgelegt, bei denen die Bedingungen für die Zahlung eines Pauschalbetrags oder für die Finanzierung auf der Grundlage von Pauschaltarifen erfüllt sind –

BESCHLIESST:

Artikel 1

Das als Anhang beigefügte Arbeitsprogramm 2012 im Bereich Kommunikation wird angenommen. Dieser Beschluss ist ein Finanzierungsbeschluss im Sinne von Artikel 75 der Verordnung (EG, Euratom) Nr. 1605/2002.

Die Durchführung dieses Beschlusses setzt voraus, dass die im Haushaltsentwurf 2012 vorgesehenen Mittel nach der Feststellung des Haushaltsplans 2012 durch die Haushaltsbehörde tatsächlich bereitgestellt werden oder dass sie im Rahmen der vorläufigen Zwölfstel bereitgestellt werden.

Artikel 2

Die Verwaltungssysteme der Einrichtung(en), die mit der Verwaltung von Mitteln der Europäischen Union beauftragt werden soll(en), erfüllen die Bedingungen für die Übertragung von Aufgaben im Rahmen der indirekten zentralen Verwaltung. Diese Einrichtung(en) kann (können) daher mit der finanziellen Abwicklung einschlägiger Aufgaben beauftragt werden.

³ Die Haushaltslinien 16 05 01 „Europa für Bürgerinnen und Bürger“ und 16 05 07 01 „Vorbereitende Maßnahme – Europäisches Jahr der Bürgerinnen und Bürger 2013“ sind Gegenstand gesonderter Finanzierungsbeschlüsse.

⁴ Interne Vorschriften für die Ausführung des Gesamthaushaltsplans der Europäischen Gemeinschaften (Einzelplan Kommission).

Artikel 3

Im Einklang mit dem Arbeitsprogramm im Anhang können Finanzhilfen ohne Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen zugunsten von Einrichtungen gewährt werden, die de jure oder de facto eine Monopolstellung innehaben.

Artikel 4

Finanzhilfen können nach Maßgabe der im beigefügten Arbeitsprogramm festgelegten Bestimmungen und Beträge auf der Grundlage von Pauschalbeträgen oder Pauschaltarifen gewährt werden.

Artikel 5

Als zuständiger Anweisungsbefugter ist der Generaldirektor der Generaldirektion Kommunikation verantwortlich für die Veröffentlichung dieses Arbeitsprogramms und für dessen Durchführung.

Änderungen der Mittelzuweisungen für die einzelnen Kapitel, die 20 % des durch diesen Beschluss genehmigten Höchstbeitrags nicht überschreiten, gelten nicht als substantiell, wenn sie die Art und die Ziele des Arbeitsprogramms nicht wesentlich beeinflussen. Auch eine Anhebung des durch diesen Beschluss genehmigten Höchstbeitrags um bis zu 20 % ist möglich.

Der zuständige Anweisungsbefugte kann solche Änderungen im Einklang mit den Grundsätzen der wirtschaftlichen Haushaltsführung und der Verhältnismäßigkeit vornehmen.

Brüssel, den

Für die Kommission
Viviane Reding
Vizepräsidentin der Kommission

ANHANG

ARBEITSPROGRAMM 2012 IM BEREICH KOMMUNIKATION

ALLGEMEINE ZIELE

Die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission fußt auf der politischen Autonomie und den institutionellen Vorrechten dieses Organs.

In den von Präsident Barroso vorgelegten politischen Leitlinien für die Kommission 2010-2014 heißt es:

- „Dem Dialog mit den Bürgern und den verschiedenen Akteuren der Zivilgesellschaft – ein prägendes Merkmal der amtierenden Kommission – kommt auch weiterhin größte Bedeutung zu.
- Die Kommission wird ihre Anstrengungen verdoppeln, um tatsächlich vor Ort präsent zu sein, um in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Parlament die Kommunikation in den Mitgliedstaaten und in den Regionen zu gewährleisten, d. h. den Bürgern zuzuhören und direkt auf ihre Fragen und Anliegen einzugehen.
- [...] Die Informationslücke kann nur in enger Zusammenarbeit mit den nationalen und regionalen Behörden der Mitgliedstaaten geschlossen werden.“

Bei all ihren Initiativen bemüht sich die Kommission um die Bewältigung dieser Herausforderung, und zwar vor dem Hintergrund der vorrangigen Ziele für die EU, die Präsident Barroso in der ersten Rede zur Lage der Union im September 2011 formuliert hat und die im Arbeitsprogramm der Kommission für 2012 bekräftigt werden.

Die GD COMM wird die Kommunikationsmaßnahmen der Kommission auf die Strategie Europa 2020 ausrichten und diese Maßnahmen koordinieren. Die GD COMM wird insbesondere den anderen Kommissionsdienststellen dabei helfen, im Rahmen ihrer Kommunikationsaktivitäten der Europa-2020-Dimension auf eine bessere und stärker koordinierte Art und Weise Rechnung zu tragen.

ANALYSE NACH EINZELNEN HAUSHALTSLINIEN

Sofern nicht anders angegeben, handelt es sich bei allen Verträgen um Dienstleistungsverträge.

1.1. **Haushaltlinie:** **16 02 02** **MULTIMEDIA-AKTIONEN**

1.1.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Die im Rahmen dieser Haushaltlinie finanzierten Maßnahmen zielen auf die Schaffung einer „Europäischen Öffentlichkeit“ ab. Sie betreffen in erster Linie die Produktion und die Ausstrahlung von Sendungen über EU-Themen. Zudem werden aus den Mitteln der Haushaltlinie auch einige interne Produktionen sowie Evaluierungen und Analysen der audiovisuellen Medien finanziert.

1.1.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die folgende Tabelle zeigt, wie die verfügbaren Mittel entsprechend den unterschiedlichen Durchführungsmodalitäten auf die verschiedenen Maßnahmen aufgeteilt werden.

Mittel für Verpflichtungen: 30 460 000 EUR

Maßnahme		Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefäher Zeitplan(**)
1. Partnerschaften mit EU-Informationskanälen Rundfunk				
- Euronews	<i>Produktion und Ausstrahlung von Programmen über EU-Themen und die Arbeit der EU-Institutionen</i>	6 500 000	Laufendes Partnerschaftsrahmenabkommen	
	<i>Euronews in zusätzlichen EU-Sprachen und auf DVB-T-Plattformen</i>	7 000 000	Laufendes Partnerschaftsrahmenabkommen	
	<i>Euronews in arabischer Sprache rund um die Uhr</i>	5 100 000	Laufendes Partnerschaftsrahmenabkommen	
2. Hörfunk- und Internetnetze				
-	<i>Unterstützung von Hörfunknetzen</i>	6 500 000	Ausschreibung > 60 000 EUR (1x)	2. Hj.
-	<i>PressEurop</i>	3 200 000	Laufender Vertrag	
3. Untersuchungen und Daten im audiovisuellen Bereich		510 000 ⁵	Laufender Vertrag Ausschreibungen > 60 000 EUR (2x)	1. Hj. (1x); 2. Hj. (1x)

⁵ Schätzwert; Grundlage sollen die tatsächlichen Kosten sein.

4. Audiovisuelle Produktionen und Multimedia-Projekte	1 400 000	Ausschreibungen > 60 000 EUR (4x) oder Aufforderung zur Interessenbekundung < 60 000 EUR (4x)	1. Hj. (4x)
5. Messung der Nutzung des audiovisuellen Angebots der Europäischen Kommission durch die Medien	250 000	Ausschreibung > 60 000 EUR (1x)	2. Hj. (1x)

(*) In runden Klammern ist die geschätzte Anzahl der Verträge angegeben.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

1.1.2.1. Maßnahmenbezogene Finanzhilfe für Euronews

Mit dieser maßnahmenbezogenen Finanzhilfe soll die im Jahr 2011 mit Euronews begonnene mehrjährige Partnerschaft umgesetzt werden, um langfristig eine Berichterstattung über EU-Themen aus der EU-Perspektive zu gewährleisten.

Allgemeiner Rahmen

Die im Dezember 2010 mit Euronews unterzeichnete mehrjährige Partnerschaftsrahmenvereinbarung wird in Form von einzelnen Finanzhilfvereinbarungen umgesetzt.

Beitrag der EU

1.1.2.1.1. Produktion und Ausstrahlung von Programmen über EU-Themen und über die Arbeit der EU-Institutionen

Gegenstand der gesonderten operationellen Finanzhilfvereinbarung, die im Jahr 2011 unterzeichnet worden ist, sind die Produktion von Programmen mit besonderem Schwerpunkt auf EU-Themen und auf der Arbeit der EU-Institutionen sowie deren Ausstrahlung – neben anderen Programmen – im Euronews-Kanal. Die GD COMM beabsichtigt, im Jahr 2012 eine neue gesonderte Vereinbarung über die Gewährung einer betriebsbezogenen Finanzhilfe zu schließen, um die Kontinuität des Programms zu gewährleisten.

– Informative Programme

Maßnahmenbezogene Finanzhilfen sollen in Form von Pauschalfinanzierungen erfolgen, abhängig von der Art der Sendeeinheit (Item)⁶ oder des Programms.

Item oder Programm	Definition	Pauschalfinanzierung durch die Europäische Kommission Standardeinheitskosten (in Euro pro Einheit)
Originalmaterial	Von Euronews produziertes und zur Aufnahme in ein Programm bestimmtes Item von maximal 2 Minuten	3 061

⁶ TV-Programmeinheit, die einer bestimmten Meldung oder einem bestimmten Ereignis gewidmet und zur Aufnahme in eine größere Produktion bestimmt ist.

		Länge mit Fakten über eine einzige Meldung, ein einzelnes Ereignis oder eine einzelne Fragestellung	
Nachbearbeitetes Material (Ecully)		Am Hauptsitz von Euronews nachbearbeitetes und zur Aufnahme in ein Programm bestimmtes Item von maximal 2 Minuten Länge mit Fakten über eine einzelne Meldung, Veranstaltung oder Fragestellung	2 055
Nachbearbeitetes Material (Brüssel)		In den Brüsseler Räumlichkeiten von Euronews nachbearbeitetes und zur Aufnahme in ein Programm bestimmtes Item von maximal 2 Minuten Länge mit Fakten über eine einzelne Meldung, Veranstaltung oder Fragestellung	1 961
Interviews		5- bis 10-minütige Interviews mit wichtigen Persönlichkeiten	9 280
Bericht/Reportage		5- bis 10-minütiges Magazin, in dem die Auswirkungen des Handelns der EU auf die Bürger ausführlich analysiert werden	24 946
Europe Review		6- bis 8-minütige Show, durch die ein Moderator führt und in der ausführlich die wichtigsten Meldungen der Woche behandelt werden	6 068
Direkte Live-Übertragungen		Live-Übertragung von wichtigen Veranstaltungen, die die EU und ihre Institutionen betreffen	9 774
Sondersendung		5- bis 15-minütige Sendung, einschließlich Live-Übertragungen und Interviews, in der ausführlich die Hauptmeldung der politischen Woche oder eine europaweite Entwicklung behandelt wird, die an dem Tag in den Nachrichten ist	10 219
I Talk		5- bis 10-minütige moderierte Diskussion mit europäischen Persönlichkeiten	16 003
U Talk		2-minütige interaktive Show auf der Grundlage von Bürgerfragen	6 896
The Network		3- bis 5-minütige Sendung mit bekannten Persönlichkeiten, die unterschiedliche Meinungen zu aktuellen Themen vertreten	14 910

Die vorstehende Tabelle enthält Standardeinheitskosten, die die Europäische Kommission als ihren Beitrag zahlen muss. Bei der Berechnung dieser Pauschalsätze wurden 90,29 % der tatsächlichen Kosten eines einzelnen Programms angesetzt; Grundlage ist eine Analyse der gesetzlich vorgeschriebenen Buchhaltungsdaten 2009 von Euronews. Euronews wird sich mit 9,71 % an den Kosten beteiligen.

Der Höchstbetrag für die Beteiligung der Europäischen Kommission an dieser Maßnahme ist für das Jahr 2012 auf 6 500 000 EUR festgesetzt worden.

– Magazine

Damit das Partnerschaftsrahmenabkommen mit Euronews auch von anderen Generaldirektionen entsprechend ihren Erfordernissen genutzt werden kann, hat die GD COMM standardisierte Kosten für mehrere Magazine unterschiedlicher Länge – gesondert oder als Serie verfügbar, mit oder ohne Vertrieb – festgelegt. Die Generaldirektionen der Kommission werden die Möglichkeit haben, gesonderte Finanzhilfvereinbarungen schließen zu können, wobei abhängig von der Art des zu sendenden Items⁷ oder Programms eine Finanzierung auf der Grundlage von Pauschalsätzen anwendbar ist.

Im Jahr 2012 sollten die folgenden, von der Kommission bereits im Jahr 2011⁸ angenommenen Standardeinheitskosten verwendet werden:

⁷ TV-Programmeinheit, die einer bestimmten Meldung oder einem bestimmten Ereignis gewidmet und zur Aufnahme in eine größere Produktion bestimmt ist.

⁸ Beschluss der Kommission zur Annahme des Finanzierungsbeschlusses für das geänderte Arbeitsprogramm 2011 im Bereich Kommunikation, K(2011) 3905 vom 6.6.2011.

Art des Magazins	Ausstrahlung (diffusion)	Eingeschlossene Dienstleistungen	Pauschalfinanzierung Kommission Standardisierte Kosten (in Euro pro Einheit)
Magazin 26 Minuten, aufgenommen in 4 Ländern (Europa oder Welt)	10 x	Design (Promotion) und Vertrieb	128 840
		Nur Design (Promotion)	119 059
Magazin 26 Minuten, nachträglich aus Aufnahmematerial produziert, themengebunden	10 x	Design (Promotion) und Vertrieb	81 230
		Nur Design (Promotion)	71 685
Serie 12 Minuten – 24 pro Jahr, aufgenommen in 2 Ländern (4 Welt mit 20 Europa)	15 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	1 424 964
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	1 258 461
Serie 12 Minuten – 24 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (4 Welt mit 20 Europa)	15 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	1 349 671
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	1 183 821
Magazin 12 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 2 Ländern (Welt)	15 x		56 783
Magazin 12 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Welt)	15 x		53 659
Magazin 12 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 2 Ländern (Europa)	15 x		50 598
Magazin 12 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Europa)	15 x		47 495
Serie 8 Minuten – 24 pro Jahr, aufgenommen in 2 Ländern (4 Welt mit 20 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	1 190 067
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	1 024 537
Serie 8 Minuten – 24 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (4 Welt mit 20 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	1 119 549
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	954 838

Magazin 8 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 2 Ländern (Welt)	20 x		47 144
Magazin 8 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Welt)	20 x		44 021
Magazin 8 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 2 Ländern (Europa)	20 x		40 836
Magazin 8 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Europa)	20 x		37 980
Serie 6 Minuten – 24 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (4 Welt mit 20 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	888 173
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	723 421
Magazin 6 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Welt)	20 x		33 221
Magazin 6 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Europa)	20 x		28 569
Serie 3 Minuten – 24 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (4 Welt mit 20 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	671 984
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	503 960
Magazin 3 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Welt)	20 x		23 763
Magazin 3 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Europa)	20 x		19 444

Auf der Grundlage der tatsächlichen Erfordernisse, die von einigen Generaldirektionen der Kommission im ersten Jahr der Durchführung des Partnerschaftsrahmenabkommens mitgeteilt worden sind, hat die GD COMM beschlossen, zusätzliche Standardeinheitskosten festzulegen, damit auch kürzere Magazinserien (mit 6 oder 10 Folgen) und ein neues 4-minütiges Format als Stand-alone-Programm oder als Serie mit 6, 10 oder 24 Folgen möglich sind:

Art des Magazins	Ausstrahlung (diffusion)	Eingeschlossene Dienstleistungen	Pauschalfinanzierung Kommission Standardisierte Kosten (in Euro pro Einheit)
Serie 12 Minuten – 10 pro Jahr, aufgenommen in 2 Ländern (2 Welt mit 8 Europa)	15 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	634 369

		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	537 720
Serie 12 Minuten – 10 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (2 Welt mit 8 Europa)	15 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	602 843
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	506 569
Serie 12 Minuten – 6 pro Jahr, aufgenommen in 2 Ländern (1 Welt mit 5 Europa)	15 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	387 112
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	329 137
Serie 12 Minuten – 6 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (1 Welt mit 5 Europa)	15 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	368 168
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	310 420
Serie 8 Minuten – 10 pro Jahr, aufgenommen in 2 Ländern (2 Welt mit 8 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	536 322
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	440 228
Serie 8 Minuten – 10 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (2 Welt mit 8 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	506 664
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	411 043
Serie 8 Minuten – 6 pro Jahr, aufgenommen in 2 Ländern (1 Welt mit 5 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	328 208
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	270 571
Serie 8 Minuten – 6 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (1 Welt mit 5 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	310 426
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	253 075
Serie 6 Minuten – 10 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (2 Welt mit 8 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	409 805
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	314 159

Serie 6 Minuten – 6 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (1 Welt mit 5 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	252 590
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	195 224
Magazin 4 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Welt)	20 x		27 939
Magazin 4 Minuten (einschl. Trailer), aufgenommen in 1 Land (Europa)	20 x		23 596
Serie 4 Minuten – 24 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (4 Welt mit 20 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	770 186
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	603 103
Serie 4 Minuten – 10 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (2 Welt mit 8 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	361 077
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	264 081
Serie 4 Minuten – 6 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (1 Welt mit 5 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	223 525
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	165 348
Serie 3 Minuten – 10 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (2 Welt mit 8 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	320 416
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	222 870
Serie 3 Minuten – 6 pro Jahr, aufgenommen in 1 Land (1 Welt mit 5 Europa)	20 x	Design (Launch/Generic/Promotion) und Vertrieb	199 149
		Nur Design (Launch/Generic/Promotion)	140 645

Die vorstehenden Tabellen enthalten Standardeinheitskosten, die die Europäische Kommission als ihren Beitrag zahlen muss. Bei der Berechnung dieser Pauschalsätze wurden bis zu 95 % der tatsächlichen Kosten jedes Items zugrunde gelegt (der Prozentsatz hängt von der geplanten Gesamtausstrahlungszeit jedes Magazins ab).

Um im Voraus zu gewährleisten, dass kein Gewinn aus dieser Finanzhilfe erzielt wird, beruht die Berechnung auf alten Daten zu den Einkünften von Euronews.

Denen zufolge machen die Einnahmen, die als maßnahmenge bunden betrachtet werden könnten (die von den besagten Items oder Programmen erzielten Einnahmen), weniger als die externe Kofinanzierung aus; die Berechnung steht folglich im Einklang mit dem Gebot, dass kein Gewinn erzielt werden darf.

1.1.2.1.2. Einführung und Ausstrahlung von Euronews in zusätzlichen EU-Sprachen und auf DVB-T-Plattformen

Entsprechend der strategischen Zielsetzung, die Unterstützung von Euronews zu verstärken, beabsichtigt die GD COMM die Einführung von Euronews in anderen EU-Amtssprachen⁹ und/oder die Einführung eines Rund-um-die-Uhr-Angebots in Sprachen, die nur zu bestimmten Zeiten gesendet werden, zu kofinanzieren.

Die GD COMM könnte außerdem die Euronews-Präsenz auf den neuen DVB-T-Plattformen (*DTT platforms*) kofinanzieren, die das analoge terrestrische Fernsehen in den EU-Mitgliedstaaten schrittweise ablösen¹⁰. Da immer mehr Mitgliedstaaten ihre Analogsignale abschalten¹¹ und das Angebot auf DVB-T-Kanälen größer wird, muss gewährleistet sein, dass Euronews dieselben DVB-T-Möglichkeiten nutzen kann wie andere Nachrichtensender. Nationale DVB-T-Plattformen könnten außerdem neue Zuschauer bringen, wie es auch in der Vergangenheit dank der Sendefenster der Fall war, die Euronews bei nationalen Sendeanstalten hatte.

- Die Kommission beabsichtigt, mit Euronews in den vorgenannten Bereichen gesonderte Finanzhilfevereinbarungen zu unterzeichnen (Mittelumfang: bis zu 7 Mio. EUR).

Erwartete Ergebnisse

Die Projekte dürften zu einer erheblichen Steigerung von Quantität und Qualität der Berichterstattung über EU-Themen führen. Euronews dürfte mehr Informationen, verpackt in neuen attraktiven Formaten, anbieten und dadurch mehr Zuschauer erreichen können. Außerdem wird die Präsenz von Euronews in DVB-T-Netzen – nach dem schrittweisen Wegfall des analogen Fernsehens – die technische Reichweite des Programms vergrößern und somit mehr Zuschauer in den EU-Mitgliedstaaten bringen. All dies wird dazu beitragen, engere Bande zwischen den Bürgern und den EU-Institutionen zu knüpfen.

1.2. Haushaltlinie: 16 02 03 INFORMATIONEN FÜR DIE MEDIEN

1.2.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Mit den Maßnahmen zu Lasten dieser Haushaltlinie sollen die Zielgruppen, vor allem die Medien und die Presse, in die Lage versetzt werden, aktuelle Fragestellungen besser zu verstehen und besser darüber zu berichten.

⁹ Rund um die Uhr sendet Euronews zurzeit in den folgenden EU-Amtssprachen: DE, EN, ES, FR, IT und PT.

¹⁰ Detaillierte Informationen darüber, wie diese Maßnahmen umgesetzt werden soll und welche Kosten gefördert werden, werden später in dem geänderten Arbeitsprogramm 2012 geliefert.

¹¹ Ende 2011 werden 16 EU-Mitgliedstaaten ihre analogen terrestrischen Signale abgeschaltet haben. Nur zwei Mitgliedstaaten (Bulgarien und Rumänien) hatten im Juni 2011 noch kein DVB-T-Angebot.

Für 2012 lauten die wichtigsten Maßnahmen:

- Intensivierung und Diversifizierung der audiovisuellen Produktion – mit Schwerpunkt auf den politischen Prioritäten und der Verbesserung ihrer Verbreitung (d. h. der Veröffentlichung und der öffentlichen Bereitstellung) auf unterschiedlichen Technologieplattformen;
- Umsetzung einer Strategie zur Sensibilisierung der in diesem Bereich Tätigen für die oben genannten Produkte, um deren Wirkung zu fördern. Erreichen ließe sich dies zum Beispiel durch die Teilnahme an Fachmessen für audiovisuelle Medien und eventuell auch an Messen und Festivals, zu denen die Allgemeinheit Zugang hat;
- Erhöhung der Zahl von Seminaren und Schulungsangeboten für Journalisten: Der künftige Rahmenvertrag soll die Durchführung von Informationsveranstaltungen für Journalisten und für Journalismus-Studierende im letzten Studienjahr aus allen Ländern der Welt und aus allen Disziplinen (Hörfunk, Fernsehen, Printmedien und Onlinepresse) sowie die Verwaltung des damit zusammenhängenden Web-Tools „EU4Journalists.eu“ umfassen.
- Fortsetzung der Anstrengungen zur Umgestaltung des Medienzentrums zum „audiovisuellen Gedächtnis“ der Kommission und zum zentralen Zugangspunkt – für europäische Bürger, Medien und Institutionen – zu ihrer gesamten Produktion (Bilder, Filme, Tonaufzeichnungen usw.).

1.2.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten.

Die folgende Tabelle zeigt, wie die verfügbaren Mittel entsprechend den unterschiedlichen Durchführungsmodalitäten auf die verschiedenen Maßnahmen aufgeteilt werden.

Mittel für Verpflichtungen: 4 950 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefährer Zeitplan (**)
1. Berichterstattung über das aktuelle EU-Geschehen	2 400 000	Laufende Verträge	
2. Schulungsseminare für Journalisten	620 000	Laufende Verträge Ausschreibung < 60 000 EUR (18x) Ausschreibung > 60 000 EUR (1x)	1. Hj.(8x); 2. Hj. (10x) 2. Hj. (1x)
3. Begegnungen mit den Medien	500 000	Laufende Verträge	
4. Mediathek (Konservierung von audiovisuellem Material und dessen Vorhalten für die Öffentlichkeit) und Internet-Entwicklung Erwerb von Bildarchiv-Fotos	1 430 000	Laufende Verträge Ausschreibung < 60 000 EUR (1x)	1. Hj. (1x)

(*) In runden Klammern ist die geschätzte Anzahl der Verträge angegeben. Was die Schulungsseminare für Journalisten anbelangt, so werden diese zum Teil von den Vertretungen in den einzelnen Mitgliedstaaten vor Ort organisiert.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

1.2.2.1. Finanzhilfen in Form von Preisverleihungen im Rahmen von Wettbewerben

Zielsetzungen

Organisation von bzw. Teilnahme an Messen, Festivals oder anderen Veranstaltungen, deren Höhepunkt die Preisverleihung darstellt.

Potenzielle Begünstigte

Zu den Zielgruppen gehören auch Medienvertreter.

Ausschlusskriterien

Anwendbar sind die relevanten Ausschlusskriterien gemäß den Artikeln 93, 94 und 96 der Haushaltsordnung. Es ist insbesondere dafür zu sorgen, dass keine Interessenkonflikte zwischen Wettbewerbssiegern und Jury-Mitgliedern bestehen.

Kriterien für die Preisvergabe

Gemäß Artikel 160d der Durchführungsbestimmungen sind die Vergabebedingungen und -kriterien für jeden Wettbewerb in den Teilnahmebedingungen festzulegen, und zwar anhand der folgenden allgemeinen Kriterien:

- Entstehungsort oder Thema des Werks ist Europa;
- Relevanz und allgemeiner Nutzen des Projekts (insbesondere im Hinblick auf die angestrebten Ziele und die Zielgruppe);
- europäische Ausrichtung des Projekts und Mehrwert aus europäischer Sicht;
- erwarteter Multiplikatoreffekt (Wirkung über die Zielgruppe hinaus);
- Förderung der europäischen Identität bzw. verbesserte Wahrnehmung des europäischen Einigungsprozesses und der europäischen Politik.

Höhe des Beitrags der EU

Preise bis zu einem Höchstwert von 10 000 EUR pro Preis¹².

Erwartete Ergebnisse

Höherer Stellenwert und Förderung der europäischen Identität bzw. Anreize für Arbeiten zu und die Auseinandersetzung mit dem europäischen Einigungsprozess oder den europäischen Politikfeldern.

Vergabeverfahren

¹² Sachpreise, falls sie vergeben werden, sollen symbolischer Art sein.

Entscheidung über die Preisvergabe durch den Anweisungsbefugten (Auflistung der ausgewählten Begünstigten und der jeweiligen Beträge).

Verleihung der Preise direkt an die von der Jury benannten Preisträger.

**1.3. Haushaltlinie: 16 02 04
BETRIEB DER HÖRFUNK- UND FERNSEHSTUDIOS UND GERÄTE FÜR
AUDIOVISUELLE PRODUKTIONEN**

1.3.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Mit den in diesem Rahmen durchgeführten Maßnahmen sollen im Wesentlichen der Betrieb der audiovisuellen Anlagen der Kommission und die Anmietung des Satelliten sichergestellt werden, um Fernsehsender mit Bildern und Informationen zu den Tätigkeiten der Europäischen Union versorgen zu können.

Diese Maßnahmen betreffen insbesondere:

- die (fortgesetzte) Unterstützung von TV-Teams, die zu punktuellen Terminen in der Kommission filmen müssen, und von Fachbesuchergruppen;
- die Anmietung der für den laufenden Betrieb erforderlichen Satellitenübertragungskapazitäten;
- die Anschaffung audiovisueller Geräte und Anlagen für die Hörfunk- und Fernsehstudios.

1.3.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die verfügbaren Mittel werden auf die oben aufgeführten Maßnahmen aufgeteilt und ausschließlich über Ausschreibungen bereitgestellt.

Mittel für Verpflichtungen: 6 755 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten	Ungefäherer Zeitplan
1. Betrieb von Hörfunk- und Fernsehstudios und von Geräten für audiovisuelle Produktionen	4 520 000	Laufende Verträge	
2. Erneuerung des Dienstleistungsvertrags „Satellite“	1 600 000	Laufender Vertrag	
3. Erneuerung des Rahmendienstleistungsvertrags für dauerhafte Verbindung zwischen BERL und Luxemburg	135 000	Laufender Vertrag	
4. Anschaffung von Audio-, Foto- und Videoausrüstung	500 000	Laufender Vertrag	

**1.4. Haushaltlinie: 16 03 01
INFORMATIONSDREHWEISEN**

1.4.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Die im Rahmen dieser Haushaltlinie durchgeführten Maßnahmen betreffen die folgenden Themen:

EUROPE-DIRECT-Informationszentren

Die Kommission stützt sich bei der Durchführung ihrer Maßnahmen zur Information der Bürger auf verschiedene Informationsnetze (rund 500 Europe-Direct-Informationszentren), die eine dezentrale und bürgernahe Informationsarbeit leisten und dabei insbesondere den örtlichen Besonderheiten auf sozialem, kulturellem, politischem und wirtschaftlichem Gebiet Rechnung tragen¹³. Anfang 2009 hat das EUROPE-DIRECT-Netz für die nächsten vier Jahre ein zweites, überarbeitetes Mandat erhalten. Für den Zeitraum von 2009 bis 2012 wurden die geografische Abdeckung und die Bereitstellung mehrsprachiger Informationen zu den politischen Prioritäten sowie zu anderen für die Bürger maßgeblichen Fragen verbessert.

Das neue System zur Verwaltung des EUROPE-DIRECT-Netzes arbeitet stärker ergebnisorientiert. Vorrang haben daher die operationellen Aspekte: die Tätigkeitsinhalte und die Wirksamkeit in Bezug auf die Außenwirkung sowie die Ergebnisse – was auch die Zwischenevaluierung für den Zeitraum 2005-2009 nahegelegt hatte. Erfüllt die Trägereinrichtung eines EUROPE-DIRECT-Informationszentrums die Ziele, so entsteht ein Anspruch auf Zahlung einer pauschalen Finanzhilfe. Mit einem Beschluss, den die Kommission aufgrund ihrer institutionellen Vorrechte angenommen hat, wurden die Trägereinrichtungen der Zentren als Empfänger dieser Finanzhilfen benannt; vorausgegangen waren – verwaltet durch die Kommissionsvertretungen – Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen. Jede Finanzhilfe ist Gegenstand einer „Vereinbarung über die Gewährung einer maßnahmenbezogenen Finanzhilfe“.

Im Jahr 2012 wird es eine neue Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen geben, um die Organisationen auszuwählen, bei denen die neue Generation von EUROPE-DIRECT-Relais in den Jahren 2013-2016 angesiedelt werden soll. Vor der Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen werden die Förder-, Auswahl- und Vergabekriterien sowie die Finanzhilferegelung in einem Kommissionsbeschluss festgelegt; betreffend die Mittel zur Finanzierung der Aufnahmestrukturen für die Europe-Direct-Informationszentren im Zeitraum 2013-2016 greift dieser Beschluss der Annahme des Jahresprogramms 2013 vor.

Um ihre Informationsnetze und –zentren zu unterstützen und um Synergieeffekte mit anderen Informationsnetzen der Kommission zu fördern, finanziert die GD COMM koordinierende und unterstützende Maßnahmen. Hierbei handelt es sich insbesondere um Schulungsseminare, PR-Aktivitäten sowie um das Bereitstellen von Information und Dokumentation.

1.4.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die folgende Tabelle zeigt, wie die verfügbaren Mittel entsprechend den unterschiedlichen Durchführungsmodalitäten auf die verschiedenen Maßnahmen aufgeteilt werden.

Die Verfahren (Kriterien, ungefährender Zeitplan) für die Vergabe der maßnahmenbezogenen Finanzhilfen für die Trägereinrichtungen der EUROPE-

¹³ Bericht über die Unionsbürgerschaft 2010 – Weniger Hindernisse für die Ausübung von Unionsbürgerrechten; KOM(2010) 603 endgültig vom 27. Oktober 2010.

DIRECT-Informationszentren sind geregelt im Beschluss der Kommission über die vorgezogene Annahme des Jahresarbeitsprogramms im Bereich Kommunikation für 2009 im Hinblick auf Zuschüsse zur Finanzierung der Trägereinrichtungen für EUROPE-DIRECT-Informationszentren in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union im Zeitraum 2009 bis 2012¹⁴.

Mittel für Verpflichtungen: 13 750 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten	Ungefährer Zeitplan (*)
1. EUROPE-DIRECT- Informationszentren	11 400 000	Vereinbarungen über eine maßnahmenbezogene Finanzhilfe Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen	1. Hj.
2. Schulungen, Unterstützung und Koordinierung des ED- Informationsnetzes	2 350 000	Laufende Verträge Ausschreibungen ≤ 60 000 EUR	1. Hj.

(*) In runden Klammern ist die geschätzte Anzahl der Verträge angegeben.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

1.5. Haushaltlinie: 16 02 03 KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN DER VERTRETUNGEN

1.5.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Mit den Mitteln aus dieser Haushaltlinie soll Kommunikationspolitik dezentral über die Vertretungen betrieben und bewertet werden.

Im Jahr 2012 werden sich diese Aktivitäten auf die politischen Prioritäten konzentrieren, die im Arbeitsprogramm der Kommission 2012 festzulegen sind.

Innerhalb dieses Rahmens werden die Vertretungen ein breites Spektrum an Aktivitäten und Kommunikationsinstrumenten entwickeln, die auf das örtliche Publikum zugeschnitten sind.

Die Mittel dienen auch der Erstattung der Reise- und Aufenthaltskosten von Personen, die eingeladen werden, die Arbeit der Kommission zu verfolgen.

- Organisation europäischer Veranstaltungen
Die Vertretungen in den Mitgliedstaaten führen Aktionen vor Ort durch. Für 2012 sind unterschiedlichste Aktionen geplant, von Konferenzen für Meinungsbildner bis zu Edutainment-Veranstaltungen (Wettbewerbe usw.) für die breite Öffentlichkeit.
- Vorrangiges Ziel der Aktionen ist die Vermittlung von Botschaften im Zusammenhang mit den politischen Prioritäten.
- Veranstaltung von Seminaren und Konferenzen
Insbesondere zu aktuellen europapolitischen Themen finden Diskussionen für die

¹⁴ Beschluss der Kommission über die vorgezogene Annahme des Jahresarbeitsprogramms im Bereich Kommunikation für 2009 im Hinblick auf Zuschüsse zur Finanzierung der Trägereinrichtungen für EUROPE-DIRECT-Informationszentren in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union im Zeitraum 2009 bis 2012, K(2008) 3938 vom 29. Juli 2008.

breite Öffentlichkeit statt, an denen sich Abgeordnete, Vertreter nationaler, regionaler oder lokaler Behörden, Kommissionsmitglieder und Medienvertreter und Meinungsbildner beteiligen können.

- Durchführung von Maßnahmen zur direkten Kommunikation mit bestimmten Zielgruppen
Die Vertretungen veranstalten regelmäßig Begegnungen mit den Medien oder einzelnen Zielgruppen über bestimmte aktuelle Themen; dazu gehören auch Führungen für kleinere Gruppen usw.
- An die Vertretungen angeschlossene Europäische öffentliche Räume (EPS) und Informationszentren
- Die Kommission kümmert sich zum Nutzen beider Organe (Parlament und Kommission) um die logistischen Aspekte im Zusammenhang mit den EPS in den folgenden europäischen Hauptstädten (einschließlich Betriebskosten und Verwaltung der an Vertragspartner vergebenen Leistungen): Prag, Kopenhagen, Berlin, Tallinn, Dublin, Madrid, Rom, Riga, Budapest, Den Haag, Wien, Lissabon, Bukarest, Helsinki, Stockholm und London.
- Informationsmaterial

1.5.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die folgende Tabelle zeigt, wie die verfügbaren Mittel entsprechend den unterschiedlichen Durchführungsmodalitäten auf die verschiedenen Maßnahmen aufgeteilt werden.

Mittel für Verpflichtungen: 8 310 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefährer Zeitplan (**)
1. Europäische Debatten und Veranstaltungen	5 310 000	Ausschreibungen ≤ 60 000 EUR (150x) Ausschreibungen > 60 000 EUR(5x) Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen Wettbewerbe, Preise (7x) Laufende Verträge	1. Hj. (100x); 2. Hj. (50x) 1. Hj. (3x); 2. Hj. (2x) 1. Hj. (3x); 2. Hj. (4x)
2. Seminare und Konferenzen, veranstaltet von den Vertretungen	1 500 000	Ausschreibungen ≤ 60 000 EUR (105x) Ausschreibungen > 60 000 EUR(2x) Laufende Verträge	1. Hj. (44x); 2. Hj. (61x) 2. Hj. (2x)
3. Europäische öffentliche Räume	1 500 000	Ausschreibungen ≤ 60 000 EUR (56x) Ausschreibungen > 60 000 EUR (2x) Laufende Verträge	1. Hj. (25x); 2. Hj. (31x) 2. Hj. (2x)

(*) Zur Schärfung des Profils der EU beteiligen sich die Vertretungen an zahlreichen Veranstaltungen. Zwar kann der Auftragswert bei einzelnen öffentlichen Aufträgen über 60 000 EUR liegen, doch zeichnen sich örtliche Kommunikationsmaßnahmen oft durch viele Einzelveranstaltungen aus, für die Ausgaben von weniger – und manchmal sogar deutlich weniger – als 60 000 EUR anfallen. In runden Klammern ist die geschätzte Anzahl der Verträge angegeben.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

1.5.2.1. Finanzhilfen

Durchführung der Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen

Die Vertretungen der Europäischen Kommission veröffentlichen Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen. Die voraussichtliche Laufzeit der Maßnahmen beträgt höchstens 12 Monate.

Zielsetzungen

Besondere Anlässe sowie Initiativen von nationaler oder regionaler Bedeutung, an denen Akteure der Zivilgesellschaft und Meinungsbildner beteiligt sind, sollen genutzt werden, um insbesondere im Rahmen der politische Prioritäten den Kenntnisstand der breiten Öffentlichkeit über die Kommissionstätigkeit zu verbessern.

Zulassungskriterien

Zivilgesellschaftliche Organisationen, die bei Europafragen proaktiv sind.

Auswahlkriterien

Die Bewerber müssen nachweisen, dass sie die finanzielle, fachliche und organisatorische Eignung für eine erfolgreiche Abwicklung des Projekts haben und dass sie über stabile, ausreichende Finanzierungsquellen zur Sicherung der Maßnahme im gesamten Durchführungs- und/oder Förderzeitraum des Projekts verfügen; sie müssen ihre finanzielle Beteiligung belegen. Ferner müssen sie nachweisen, dass sie über die erforderlichen Fachkenntnisse, Qualifikationen und/oder einschlägigen Erfahrungen für das vorgeschlagene Projekt verfügen.

Kriterien für die Gewährung von Finanzhilfen

- Relevanz und allgemeiner Nutzen des Projekts (insbesondere im Hinblick auf die angestrebten Ziele und die Zielgruppe);
- europäische Ausrichtung des Projekts und Mehrwert aus europäischer Sicht;
- erwarteter Multiplikatoreffekt (Wirkung über die Zielgruppe hinaus);
- Maßnahmen zur Bekanntmachung des Projekts (PR-Arbeit/Werbung);
- Grad der Übereinstimmung der Gesamtplanung des Projekts mit den politischen Prioritäten;
- Qualität des Arbeitsprogramms und der Arbeitsmethode.

Höhe des Beitrags der EU

Die Finanzhilfe beläuft sich auf höchstens 80 % der förderfähigen Kosten pro Maßnahme.

Erwartete Ergebnisse

Die ausgewählten Projekte dürften dazu beitragen, dass die EU-Institutionen den Bürgern insbesondere durch bessere Kenntnisse über die Rolle und die Politik der EU nähergebracht werden.

Förmliche Regelung

Für jede Finanzhilfe wird eine Vereinbarung über die Gewährung einer maßnahmenbezogenen Finanzhilfe abgeschlossen.

1.5.2.2. Finanzhilfen in Form von Preisverleihungen im Rahmen von Wettbewerben

Zielsetzungen

Organisation von oder Beteiligung an Veranstaltungen auf der Grundlage von Wettbewerben.

Potenzielle Begünstigte

Die Zielgruppe bilden im Wesentlichen natürliche Personen und eventuell auch Organisationen der Zivilgesellschaft (NRO, Vereine usw.).

Ausschlusskriterien

Anwendbar sind die relevanten Ausschlusskriterien gemäß den Artikeln 93, 94 und 96 der Haushaltsordnung. Es ist insbesondere dafür zu sorgen, dass keine Interessenkonflikte zwischen Wettbewerbssiegern und Jury-Mitgliedern bestehen.

Kriterien für die Preisvergabe

Gemäß Artikel 160d der Durchführungsbestimmungen werden die Vergabemodalitäten und -kriterien sowie die Höhe des Preises für jeden Wettbewerb in den Teilnahmebedingungen unter Berücksichtigung folgender Faktoren festgelegt:

- Vertrautheit mit europäischen Themen;
- Relevanz und allgemeiner Nutzen des Projekts (insbesondere im Hinblick auf die angestrebten Ziele und die Zielgruppe);
- europäische Ausrichtung des Projekts und Mehrwert aus europäischer Sicht;
- erwarteter Multiplikatoreffekt (Wirkung über die Zielgruppe hinaus);
- verbesserte Wahrnehmung des europäischen Einigungsprozesses und der europäischen Politik.

Höhe des Beitrags der EU

Preise bis zu einem Höchstwert von 10 000 EUR pro Preis¹⁵.

Erwartete Ergebnisse

¹⁵ Sachpreise, falls sie vergeben werden, sollen symbolischer Art sein.

Höherer Stellenwert und Anreize für Arbeiten zu und die Auseinandersetzung mit dem europäischen Einigungsprozess oder den europäischen Politikfeldern.

Vergabeverfahren

Jede Finanzhilfe ist Gegenstand eines Finanzhilfebeschlusses (Liste der Begünstigten und der genehmigten Beträge), den der Anweisungsbefugte genehmigen muss.

Verleihung der Preise direkt an die von der Jury benannten Preisträger.

**1.6. Haushaltlinie 16 03 04
PARTNERSCHAFT FÜR DIE KOMMUNIKATION ÜBER EUROPA**

1.6.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Die aus den Mitteln dieser Haushaltlinie finanzierten Maßnahmen stehen im Einklang mit der am 22. Oktober 2008 unterzeichneten politischen Erklärung des Europäischen Parlaments, des Rates und der Kommission. Diese Maßnahmen dienen vorrangig der gemeinsamen Umsetzung der von den Organen vereinbarten politischen Prioritäten; hierzu sollen hauptsächlich Verwaltungspartnerschaften mit allen betroffenen Mitgliedstaaten genutzt werden.

Zu diesen Maßnahmen zählt auch eine Reihe thematischer Veranstaltungen, die in Verbindung zu den politischen Prioritäten stehen und entweder auf Initiative von Vertretungen durchgeführt werden, um mit den Bürgerinnen und Bürgern vor Ort ins Gespräch zu kommen, oder auf Initiative der GD COMM selbst, wenn Aktivitäten von allgemeinem europäischem Interesse, etwa neue Projekte für Schulen, entwickelt werden sollen.

Die Mittel dienen auch der Erstattung der Reise- und Aufenthaltskosten von Personen, die eingeladen werden, die Arbeit der Kommission zu verfolgen.

1.6.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die folgende Tabelle zeigt, wie die verfügbaren Mittel entsprechend den unterschiedlichen Durchführungsmodalitäten auf die verschiedenen Maßnahmen aufgeteilt werden.

Mittel für Verpflichtungen: 12 700 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefäher Zeitplan (**)
1. Kommunikationsaktivitäten in Verbindung mit den politischen Prioritäten – Vertretungen	2 500 000	Ausschreibungen ≤ 60 000 EUR (60x)	1.Hj. (25x); 2. Hj. (35x)
		Ausschreibungen > 60 000 EUR (6x) Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen	1. Hj. (2x); 2. Hj. (4x)

2. Kommunikationsaktivitäten in Verbindung mit den politischen Prioritäten – Zentrale	2 000 000	Ausschreibungen > 60 000 EUR (4x) Laufende Verträge	1. Hj. (4x)
3. Verwaltungspartnerschaften	8 200 000		

(*) Zur Schärfung des Profils der EU beteiligen sich die Vertretungen an zahlreichen Kommunikationsveranstaltungen. Zwar kann der Auftragswert bei einzelnen öffentlichen Aufträgen über 60 000 EUR liegen, doch zeichnen sich örtliche Kommunikationsmaßnahmen oft durch viele Einzelveranstaltungen aus, für die Ausgaben von weniger – und manchmal sogar deutlich weniger – als 60 000 EUR anfallen.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

1.6.2.1. Bereitstellung von Mitteln für Finanzhilfen und Aufträge im Rahmen von *Verwaltungspartnerschaften mit Behörden in den Mitgliedstaaten*

Ein Teil der Ausgaben zu Lasten dieser Haushaltslinie ergibt sich aus der Umsetzung von Verwaltungspartnerschaften mit nationalen oder regionalen Behörden. Im Rahmen jeder Verwaltungspartnerschaft vereinbaren der betreffende Mitgliedstaat, das Europäische Parlament und die Kommission einvernehmlich ein Kommunikationsprogramm.

Diese Partnerschaften werden gemäß den Artikeln 54 und 56 der Haushaltsordnung und den Artikeln 35, 38, 39 und 41 der Durchführungsbestimmungen zentral und indirekt verwaltet. Die Kommission hat in ihrem Beschluss K(2004) 4841 vom 15. Dezember 2004 den Rechtsrahmen für diese Übertragung ihrer Durchführungsbefugnisse geschaffen¹⁶. Die Leitung dieser Partnerschaften liegt bei einem Koordinierungsteam, das sich aus Vertretern der einzelstaatlichen, für die europapolitische Informationsarbeit zuständigen Behörden sowie Vertretern des Europäischen Parlaments und der Kommission zusammensetzt. Die Maßnahmen werden von einer vom jeweiligen Mitgliedstaat vorgeschlagenen und von der Kommission genehmigten zwischengeschalteten Einrichtung umgesetzt¹⁷. Die Beziehungen der Kommission zu dieser zwischengeschalteten Einrichtung werden durch eine auf maximal vier Jahre befristete Übertragungsvereinbarung geregelt sowie durch Mittelbereitstellungsvereinbarungen, deren Laufzeit und maximales Volumen sich nach den durchzuführenden Maßnahmen richten. Die Einrichtungen, die mit Aufgaben der Haushaltsausführung betraut sind und Vereinbarungen über die Bereitstellung von EU-Mitteln unterzeichnet haben, müssen den in Artikel 56 Absatz 1 der Haushaltsordnung vorgesehenen Kriterien genügen.

Die GD COMM möchte die Entwicklung dieses Instruments im Jahr 2012 fördern und schlägt dazu allen interessierten Mitgliedstaaten die Unterzeichnung einer solchen Übertragungsvereinbarung vor. In der nachstehenden Tabelle sind die derzeit

¹⁶ Beschluss der Kommission zur Schaffung des Rechtsrahmens für die Verwaltungspartnerschaften und Kofinanzierungsvereinbarungen mit den Mitgliedstaaten im Hinblick auf die Informations- und Kommunikationsmaßnahmen wie vorrangige Informationsmaßnahmen im Rahmen von PRINCE und operative Mittel im Bereich „Presse und Kommunikation“, K(2004) 4841 vom 15. Dezember 2004.

¹⁷ Die mit der Verwaltung von Unionsmitteln betrauten Einrichtungen werden im Einklang mit dem Beschluss K(2004) 4841 nach Prüfung der Kriterien gemäß Artikel 56 Absatz 1 der Haushaltsordnung ausgewählt. Diese Einrichtungen werden von der Kommission im Wege eines gesonderten schriftlichen Verfahrens benannt.

für 2012 vorgesehenen Richtbeträge für die einzelnen Verwaltungspartnerschaften aufgeführt.

Mitgliedstaat	Voraussichtlicher Betrag (in EUR)
Österreich	350 000
Belgien	350 000
Estland	250 000
Finnland	350 000
Frankreich	850 000
Deutschland	1 000 000
Griechenland	350 000
Ungarn	350 000
Italien	850 000
Lettland	250 000
Litauen	250 000
Malta	250 000
Polen	600 000
Portugal	500 000
Slowenien	350 000
Slowakei	350 000
Spanien	600 000
Schweden	350 000
GESAMT	8 200 000

Zielsetzungen

Die Ressourcen der EU-Organe und ihrer Partner auf nationaler Ebene sollen in den Dienst einer konzertierten Strategie gestellt werden, um den Bürgerinnen und Bürgern eine kohärente und angemessene Information über die Rolle und die Leistungen der EU zu bieten; dabei sollen die Erfahrung und die besonderen Informationsmöglichkeiten der nationalen, regionalen oder lokalen Behörden genutzt werden.

Potenzielle Begünstigte der Haushaltsmittel

Auftragnehmer und Finanzhilfeempfänger, die von der zwischengeschalteten Einrichtung durch angemessene Verfahren zur Vergabe von Aufträgen und Gewährung von Finanzhilfen ausgewählt werden.

Kriterien für die Auswahl der durchzuführenden Maßnahmen (Koordinierungsstelle) und Kriterien für die Gewährung der Finanzhilfen (zwischen geschaltete Einrichtung)

- Relevanz und allgemeiner Nutzen des Projekts (insbesondere im Hinblick auf die angestrebten Ziele und die Zielgruppe);
- europäische Ausrichtung des Projekts und Mehrwert aus europäischer Sicht;
- erwarteter Multiplikatoreffekt (Wirkung über die Zielgruppe hinaus);
- Maßnahmen zur Bekanntmachung des Projekts (PR-Arbeit/Werbung).

Kriterien für die Vergabe von Aufträgen (zwischenengeschaltete Einrichtung)

- Entweder der niedrigste Preis
- oder das wirtschaftlich günstigste Angebot (mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis).

Höhe des Beitrags der EU

Die Maßnahmen, die die zwischenengeschaltete Einrichtung im Rahmen der indirekten zentralen Verwaltung durchführt, werden wie folgt über die dafür bereitgestellten Unionsmittel finanziert:

- Aufträge werden voll finanziert.
- Bei Finanzhilfen variiert die Kofinanzierungsrate, wobei die Vereinbarungen maßgeblich sind, die die zwischenengeschaltete Einrichtung mit den Empfängern auf der Grundlage des vom Koordinierungsteam erteilten Mandats unterzeichnet. Die Empfänger dürfen durch diese Finanzhilfen keinen Gewinn erzielen; zudem gilt der Grundsatz, dass förderfähige Kosten nicht rückwirkend anerkannt werden.

Erwartete Ergebnisse

Die ausgewählten Projekte dürften zu einer besseren Wahrnehmung der Rolle und Tätigkeit der Union seitens der Bürger beitragen. Die Verwaltungspartnerschaften dürften es insbesondere ermöglichen, die Botschaften besser auf die Erwartungen und die Einstellung der betreffenden Zielgruppe abzustimmen.

1.6.2.2. Finanzhilfen

Durchführung der Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen

Die Vertretungen in den Mitgliedstaaten veröffentlichen Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen. Die voraussichtliche Laufzeit der Maßnahmen beträgt höchstens ein Jahr.

Ziele der Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen

- a) Es sollen lokale Initiativen finanziell gefördert werden, um
 - Anreize für die Teilnahme der Öffentlichkeit, speziell von Frauen, Jugendlichen und jungen Erwachsenen, an Debatten über Europa und insbesondere über die Themen zu schaffen, die als politische Prioritäten ausgewählt wurden;

- ein umfassendes und hochwertiges Meinungsbild zu erhalten;
 - die Beiträge der Bürgerinnen und Bürger zu analysieren; die Ergebnisse dieser Analyse könnten dann von Entscheidungsträgern genutzt werden.
- b) Es sollen Initiativen auf lokaler Ebene finanziell gefördert werden, um mit jungen Menschen über Europa zu kommunizieren.

Zulassungskriterien

- a) Organisationen ohne Erwerbszweck, die eine eigene Rechtspersönlichkeit haben, in einem EU-Land eingetragen und von den staatlichen Behörden unabhängig sind.
- b) Eigentümer und Webmaster von Websites für Jugendliche und junge Erwachsene, die von der betreffenden Zielgruppe gut angenommen werden.

Auswahlkriterien

Die Bewerber müssen nachweisen, dass sie die finanzielle, fachliche und organisatorische Eignung für eine erfolgreiche Abwicklung des Projekts haben und dass sie über stabile, ausreichende Finanzierungsquellen zur Sicherung der Maßnahme im gesamten Durchführungs- und/oder Förderzeitraum des Projekts verfügen; sie müssen ihre finanzielle Beteiligung belegen. Ferner müssen sie nachweisen, dass sie über die erforderlichen Fachkenntnisse, Qualifikationen und/oder einschlägigen Erfahrungen für das vorgeschlagene Projekt verfügen.

Kriterien für die Gewährung von Finanzhilfen

Ausschlaggebend für die Bewertung der förderfähigen Projekte ist:

- a)
- der Grad der Übereinstimmung der Gesamtplanung des Projekts mit den Zielen der Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen;
 - die Qualität des Arbeitsprogramms und der Arbeitsmethode;
 - die Dynamik bei der Vernetzung und beim Aufbau von Kooperationspartnerschaften;
 - die Eignung des Projekts, Bürger zu mobilisieren;
 - der voraussichtliche Multiplikatoreffekt, ermittelt anhand der vorgeschlagenen Maßnahmen zur Bekanntmachung des Projekts und seiner Ergebnisse;
 - das Feedbacksystem für europäische Entscheidungsträger;
 - die Vorgehensweise bei der Bewertung der vom Projekt angestrebten Ziele;
- b)

- die Relevanz und der allgemeine Nutzen des Projekts (insbesondere im Hinblick auf die angestrebten Ziele und die Zielgruppe);
- die europäische Ausrichtung des Projekts und der Mehrwert aus europäischer Sicht;
- der erwartete Multiplikatoreffekt;
- die Maßnahmen zur Bekanntmachung des Projekts (PR-Arbeit/Werbung);
- die Qualität des Arbeitsprogramms und der Arbeitsmethode.

Höhe des Beitrags der EU

Die Finanzhilfe beläuft sich auf höchstens 80 % der förderfähigen Kosten pro Maßnahme.

Erwartete Ergebnisse

- a) Die ausgewählten Projekte dürften durch einen verstärkten Dialog dazu beitragen, dass die EU-Institutionen den Bürgern insbesondere durch bessere Kenntnis der Rolle und der Politik der EU näher gebracht werden.
- b) Die ausgewählten Projekte dürften dazu beitragen, dass die EU-Institutionen den Jugendlichen und jungen Erwachsenen insbesondere durch bessere Kenntnis der Rolle und der Politik der EU näher gebracht werden.

Förmliche Regelung

Für jede Finanzhilfe wird eine Finanzhilfvereinbarung abgeschlossen.

1.7. Haushaltlinie: 16 04 01 ANALYSE DER ÖFFENTLICHEN MEINUNG

1.7.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Aus dieser Haushaltlinie soll die Analyse von Meinungstrends mittels „Eurobarometer-Umfragen“ in den 27 Mitgliedstaaten und den Kandidatenländern finanziert werden. Es handelt sich nicht nur um allgemeine Befragungen und Kurzumfragen zu bestimmten Themen und/oder für bestimmte Bevölkerungsgruppen, sondern auch um qualitative Analysen. Ad-hoc-Umfragen vor Ort werden auch auf Initiative der Vertretungen durchgeführt.

Zur Medienwirksamkeit von prioritären Politiken der Kommission wird es in ausgewählten Ländern und für alle Medienarten (Print-, Online- und audiovisuelle Medien) quantitative und qualitative Analysen geben. Die Ergebnisse werden den leitenden Mitarbeitern auf einer interaktiven Plattform in monatlichen Berichten und Flash Reports präsentiert.

1.7.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die einzelnen Maßnahmen werden über Ausschreibungen umgesetzt.

Mittel für Verpflichtungen: 6 150 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefährer Zeitplan (**)
Eurobarometer	4 850 000	Laufende Verträge Ausschreibung > 60 000 EUR (1x)	2. Hj. (1x)
Qualitative Medienanalyse	1 300 000	Laufende Verträge	

(*) Die geschätzte Anzahl der Verträge in runden Klammern bezieht sich auf Umfragen und Studien, die entweder von der Zentrale oder von den 27 Kommissionsvertretungen in den Mitgliedstaaten durchgeführt werden.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

1.8. Haushaltlinie: 16 04 02 01 SCHRIFTLICHE VERÖFFENTLICHUNGEN, ONLINE- VERÖFFENTLICHUNGEN UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

1.8.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Die in diesem Rahmen durchgeführten Maßnahmen betreffen

- den Betrieb und die Entwicklung des Kontaktzentrums von EUROPE DIRECT (EDCC), bei dem jeder Bürger kostenlos Antwort auf seine Fragen zur EU erhält. Im Hinblick auf den Abschluss eines Vertrags zur Durchführung einer regelmäßigen externen Qualitätskontrolle der Dienste des EDCC soll eine Ausschreibung durchgeführt werden¹⁸;
- den Betrieb (Aufbau, Gestaltung, Funktionalitäten und redaktionelle Betreuung) der unter die Zuständigkeit der GD COMM fallenden Webpräsenz der Kommission und der EU auf dem Internetportal EUROPA; dazu gehören auch das Eingeben von Inhalten und die Aktualisierung der Webseiten des Kommissionspräsidenten und des für Kommunikation zuständigen Kommissionsmitglieds sowie anderer prioritärer Websites zum aktuellen Geschehen und der Support für die Websites der Vertretungen;
- den Betrieb der Websites und der elektronischen Veröffentlichungen der Vertretungen.

1.8.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die folgende Tabelle zeigt die Aufteilung der verfügbaren Mittel auf die verschiedenen Maßnahmen.

¹⁸ Die am 1. April 2012 anlaufende europäische Bürgerinitiative könnte sich auf die Zahl der beim Zentrum eingehenden Anfragen auswirken.

Mittel für Verpflichtungen: 14 380 00 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefährer Zeitplan (**)
1. EUROPE DIRECT Kontaktzentrum	4 300 000	Laufender Vertrag Ausschreibung ≤ 60 000 EUR (1x)	2. Hj. (1x)
2. Website EUROPA	4 670 000	Laufende Verträge Laufender Aufruf zur Interessenbekundung ¹⁹ Ausschreibungen > 60 000 EUR (2x)	1. Hj. (2x)
3. Websites sowie elektronische und Papierveröffentlichungen und Newsletters der Vertretungen	5 410 000	Ausschreibungen ≤ 60 000 EUR (62x) ²⁰ Ausschreibungen > 60 000 EUR(5x) Laufende Verträge	1. Hj. (35x);2. Hj. (27x) 1. Hj. (2x);2. Hj. (3x)

(*) In runden Klammern ist die geschätzte Anzahl der Verträge angegeben.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

1.9. Haushaltlinie: 16 04 04

ALLGEMEINE SCHRIFTLICHE VERÖFFENTLICHUNGEN

1.9.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Ange­sichts der allge­meinen Politik der Kom­mis­sion, den Anteil an schriftlichen Ver­öffent­lichungen zu ver­ringern, wird die GD COMM die Zahl ihrer Printpublikationen um mindestens 30 % reduzieren.

Mit diesen Mitteln sollen die Ausgaben für Publikationen aller Art zu wichtigen aktuellen Themen gedeckt werden, die mit den Tätigkeiten der Kommission und der Arbeit der EU in Zusammenhang stehen und die im Rahmen des Programms für vorrangige Veröffentlichungen ausgewählt werden. Die Mittel dienen außerdem der Finanzierung der in den Verträgen vorgesehenen Veröffentlichungen und sonstiger Veröffentlichungen der Organe oder Referenzveröffentlichungen. Diese Veröffentlichungen richten sich an Bildungseinrichtungen, Meinungsbildner und die Öffentlichkeit.

1.9.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die verfügbaren Mittel fließen in die Herstellung und Verbreitung dieser Veröffentlichungen.

¹⁹ Die laufende Aufforderung zur Interessenbekundung dient der Auswahl von Internet- und IKT-Beratern für kurzfristige Aufträge, insbesondere zur Beratung über bestehende und neu einzurichtende Seiten sowie zur Durchführung von Schulungen.

²⁰ Jede der 27 Vertretungen der Kommission in den Mitgliedstaaten verfügt über eine eigene Website in der oder den Landessprache(n). Zugleich bieten die 27 Vertretungen und die 9 Außenstellen der Öffentlichkeit elektronische Publikationen mit EU-relevanten Inhalten, die an die Interessen und Anliegen der Bürger des jeweiligen Landes angepasst sind. Hierdurch erklärt sich die hohe Zahl der Ausschreibungen unter 60 000 EUR.

Mittel für Verpflichtungen: 2 700 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefährer Zeitplan (**)
Allgemeine schriftliche Veröffentlichungen (Dienstleistungs- und Lieferverträge)	1 820 000	Laufende Verträge Ausschreibung > 60 000 EUR (1x)	1. Hj. (1x)
Bulletin/Gesamtbericht	880 000	Laufende Verträge	

(*) In runden Klammern ist die geschätzte Anzahl der Verträge angegeben.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.

Die vorgesehenen Ausgaben werden auf der Grundlage der bestehenden und insbesondere der mit dem Amt für Veröffentlichungen geschlossenen Rahmenverträge getätigt.

1.10. Haushaltlinie: 16 05 02 BESUCHERDIENST

1.10.1. Aus dieser Haushaltlinie finanzierte Maßnahmen

Informationsbesuche bei der Kommission haben sich als Kommunikationsmittel und als Instrument zur Förderung der aktiven Bürgerschaft bewährt. Ein Besuch bei der Kommission gibt Bürgern eine einzigartige Gelegenheit, sich aus erster Hand über Aufbau, Arbeitsmethoden und Entscheidungsprozesse der EU-Institutionen, insbesondere der Kommission, zu informieren. Verglichen mit Besuchen bei anderen Institutionen ist ein Besuch bei der Kommission für Gruppen besonders interessant, da den Besuchern keine Standardführung, sondern ein auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnittenes Programm geboten wird.

Mit den Mitteln aus dieser Haushaltlinie sollen drei Besuchsprogramme gefördert werden:

- Vorrangige Besuche, die im Einvernehmen mit den Kommissionsvertretungen in den Mitgliedstaaten und entsprechend nationalen und europäischen Prioritäten (siehe das Legislativ- und Arbeitsprogramm der Kommission) durchgeführt werden. Sie richten sich an Multiplikatoren der öffentlichen Meinung (Journalisten und Medienvertreter, Mitglieder nationaler und regionaler Parlamente und andere hochrangige Entscheidungsträger);
- allgemeine Informationsbesuche auf Anfrage von Gruppen mit wenigstens 15 Teilnehmern;
- Besuchsprogramme für Schüler.

1.10.2. Bereitstellung der verfügbaren Mittel und Durchführungsmodalitäten

Die verfügbaren Mittel sind für die Planung und komplette Durchführung der verschiedenen Besuchsprogramme bestimmt und decken erforderlichenfalls die Kosten für Reise, Unterbringung, Bewirtung, Beförderungen vor Ort, externe Referenten und das für die Schüler-Besuchsprogramme zuständige pädagogische Team.

Nachdem im Jahr 2011 eine Ausschreibung im Hinblick auf die Auswahl des pädagogischen Teams für die Schülerbesuche veröffentlicht worden ist, wird dieses Programm im September 2012 in vollem Umfang anlaufen. In der ersten Jahreshälfte 2011 hat es dazu bereits ein erfolgreiches Pilotprojekt gegeben.

Die im September 2011 veröffentlichte Ausschreibung „Organisation und Bereitstellung externer Redner“ wird die Kontinuität dieses Dienstes auch nach Auslaufen des gegenwärtigen Vertrags im Februar 2012 sicherstellen.

Mittel für Verpflichtungen: 2 970 000 EUR

Maßnahme	Betrag (in EUR)	Durchführungsmodalitäten (*)	Ungefährer Zeitplan (**)
1 – Besuche bei der Kommission	2 470 000	Ausschreibungen Laufender Vertrag	1. Hj.
2 – Empfang von Schülergruppen in der Kommission	500 000	Ausschreibung (1x) Laufender Vertrag	1. Hj. (1x)

(*) In runden Klammern ist die geschätzte Anzahl der Verträge angegeben.

(**) 1. Hj. = erstes Halbjahr; 2. Hj. = zweites Halbjahr.