

Barbara Tham

## Eine neue europäische Informations- und Kommunikationspolitik?

Der negative Ausgang der Referenden zur EU-Verfassung im vorigen Jahr hat die Kluft sichtbar werden lassen, die zwischen der europäischen Politik auf der einen Seite und den europäischen Bürgerinnen und Bürgern auf der anderen Seite entstanden ist. Es handelt sich dabei um keine neue Entwicklung. Die Ablehnung des Verfassungsvertrags setzte nur einen Trend fort, der sich bereits zuvor in den Einstellungsdaten zur EU und in der geringen Wahlbeteiligung an den EP-Wahlen 2004 gezeigt hat.

In der EU werden immer mehr und immer wichtigere Entscheidungen getroffen, die das Leben jedes einzelnen Bürgers betreffen. Die Menschen können die EU-Politik jedoch immer weniger nachvollziehen, verstehen diese nicht einzuordnen und fühlen sich zunehmend übergangen. Ein Grund hierfür ist offensichtlich das eklatante Wissensdefizit, dass in der Bevölkerung über die Jahre hinweg zur EU herrscht. So geben 2005 in einer Meinungsumfrage der EU 19 Prozent der EU-Bevölkerung an, (fast) nichts über die EU zu wissen, 51 Prozent wissen ein wenig über die EU zu wissen, 27 Prozent sind der Auffassung, viel über die EU zu wissen und nur noch 2 Prozent geben an, sehr viel zu wissen. Verstärkt wird dieses Informationsdefizit durch fehlende Partizipationsmöglichkeiten. Trotz zahlreicher Aklamationen der EU, die Bevölkerung stärker an der europäischen Politik zu beteiligen, sehen die Bürgerinnen und Bürger in der gleichen Umfrage keine konkreten Mitsprachemöglichkeiten in der EU. So waren 53 Prozent der Befragten der Auffassung, dass ihre Stimme in der EU kein Gewicht hat.

EU-Bürger fühlen sich übergangen

In Verbindung mit nationalen Problemen auf politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene sowie allgemeinen Globalisierungängsten mündet dies in eine zunehmend europaskeptische Haltung der Bevölkerung. Der negative Ausgang der Referenden ist zwar nicht mit einer grundlegenden Ablehnung der europäischen Einigungspolitik gleich zu setzen. Er ist jedoch Indikator für die zunehmende Distanz zwischen der Bevölkerung und der Europäischen Union. Die derzeitige Krise der EU liegt demzufolge auch in der Kluft, die sich zwischen der EU und ihren Bürgern aufgetan hat und in der offenkundigen Unfähigkeit, diese Distanz durch adäquate Vermittlung und Information zu überwinden.

EU-Skepsis

### Aktionsplan

Nach den gescheiterten Referenden hat die Europäische Kommission im Juli 2005 in einem Aktionsplan zur Verbesserung der Kommunikationsarbeit der EU-Kommission konkrete Maßnahmen aufgelistet, die der Verbesserung der Information und Kommunikation dienen sollen. Der Aktionsplan geht auf eine Initiative der Vizepräsidentin Margot Wallström zurück, die diese bereits im Vorfeld der Referenden ergriffen hat und die mit den gescheiterten Referenden an besonderer Brisanz gewonnen hat.

Die neue Kommunikationsstrategie beruht auf drei Grundsätzen:

- Die EU-Bürger/innen sollen nicht nur informiert werden sondern sie sollen auch Gelegenheit haben, ihre Meinungen und Anliegen zum Ausdruck zu bringen; auf diese Weise soll die demokratische Beteiligung der Bevölkerung bei der Ausarbeitung und Gestaltung der EU-Politik zum Tragen kommen.
- Die Politik der EU und ihre Auswirkungen auf den Alltag der Menschen sollen in einer verständlichen und nachvollziehbaren Weise vermittelt werden.
- Bei der Verbreitung von EU-Informationen soll die Verbindung zur lokalen Ebene gestärkt werden. Die Inhalte müssen an die demographischen, nationalen und lokalen Bedürfnisse angepasst werden und in einer Sprache vermittelt werden, die die Menschen auch verstehen.

Eine neue EU-Kommunikationsstrategie

Zu den konkreten Maßnahmen des Aktionsplan gehören beispielsweise eine Stärkung der nationalen Vertretungen der EU Kommission, die Verbesserung interner Arbeitsabläufe, die Verwendung einer bürgernahen Sprache, gezieltere Präsentationen sowie die Einrichtung von mehr Anlaufstellen für die Bevölkerung.

## Plan D

Im Oktober 2005 wurde der „Plan D für Demokratie, Dialog und Diskussion“ auf den Weg gebracht, mit dem die Bevölkerung stärker in die Auseinandersetzung über den Aufbau, die Entwicklung und Zielsetzung der EU eingebunden werden soll. Die EU soll nicht länger nur ein Projekt der politischen Eliten sein, sondern die Bürgerinnen und Bürger müssen davon begeistert werden, so Margot Wallström.

Die EU-Kommissarin sieht dabei die EU-Mitgliedstaaten als Hauptakteure. In der von den Regierungschefs nach dem Scheitern der Referenden eingelegten Phase des Nachdenkens, hält sie es für notwendig, dass jedes Land seine eigene nationale Debatte über die Ziele, Aufgaben und Funktionsweisen der EU führt. Die Kommission soll dabei die nationalen Vorhaben unterstützen und fördern, nicht aber von Brüssel herab steuern. Die Initiative für die nationalen Debatten soll bei den Mitgliedsstaaten verbleiben.

Unterstützung nationaler Debatten

In diesem Kontext wurde in Deutschland die „Aktion Europa“ lanciert, die auf einer Verwaltungspartnerschaft der Vertretung der EU-Kommission, des Informationsbüros des Europäischen Parlaments sowie der Bundesregierung mit dem Bundespresseamt und dem Auswärtigen Amt beruht. Ziel dabei ist es, eine konzertierte Aktion für Europa in Deutschland durchzuführen. In Zukunft sollen von der EU finanzierte Projekte im Bereich der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit einfacher werden, da die Entscheidungen dezentraler und unbürokratischer fallen sollen. Um dieses Ziel zu erreichen, kommen unterschiedliche Akteure der Zivilgesellschaft (v.a. Verbände, Gewerkschaften und Bildungseinrichtungen) regelmäßig zu Runden Tischen zusammen und stimmen sich gegenseitig ab. Beim ersten Treffen am 24. November 2005 stand das Thema Europa in Schule und Jugendarbeit im Mittelpunkt der Erörterungen.

Für gemeinsame Aktionen will die EU-Kommission in den kommenden vier Jahren drei Millionen Euro zur Verfügung stellen. Diese Summe soll von Bund und

Ländern noch ergänzt werden. Geplant sind unter anderem ein Europäischer Jugendkongress, ein Kurzfilm über europäische Werte sowie die Ausbildung jugendlicher Multiplikatoren, die europäische Themen gemäß dem *Peer-Group*-Ansatz in Schulen vermitteln sollen.

## Weißbuch

Als dritter Schritt der neuen Kommunikationsstrategie wurde im Februar 2006 das Weißbuch über eine neue Kommunikationspolitik veröffentlicht. In Anknüpfung an den Aktionsplan und den Plan D ist es Ziel des Weißbuchs, langfristig Vorschläge für die künftige Vorgehensweise zur Überwindung der Kluft zwischen den Institutionen der EU und ihren Bürgern zu entwerfen. Dazu sollen alle Beteiligten aufgerufen werden, ihre Ideen für eine optimale zukunftsorientierte Agenda für eine bessere Kommunikation zur Intensivierung der öffentlichen Debatte in Europa einzubringen. Die Konsultation hierzu soll über einen Zeitraum von sechs Monaten erfolgen, wobei die Institutionen, Organe und Einrichtungen der EU ihre Stellungnahmen auf dem üblichen Weg einbringen können. Für bestimmte Interessengruppen wie NGOs sollen *Stakeholder*-Foren eingerichtet werden. Die europäischen Bürger können ihre Meinungen über Websites oder per Post mitteilen. Außerdem werden im Frühjahr 2006 einige Spezial-Eurobarometer-Umfragen durchgeführt, um gezielte Daten zur Thematik zu erheben.

Überwindung der Kluft  
zwischen EU und Bürgern

In Teil I des Weißbuchs wird beschrieben, wie die konkrete Gestaltung einer EU-Kommunikationspolitik nach Ansicht der Kommission umgesetzt werden und was sie in der Praxis leisten soll. An Stelle einseitiger Information aus Brüssel soll ein Dialog mit den Menschen treten und den Bürgern so das Gefühl vermittelt werden, dass ihre Anliegen auch tatsächlich bei den EU-Institutionen Gehör finden. Eine besondere Bedeutung kommt hierbei dem Europäischen Parlament und den Mitgliedsstaaten zu, sowie allen Interessensvertretungen, die europäischen Bürger repräsentieren. Diese werden aufgefordert, die Bürger über europäische Politik zu informieren und europäische Diskussionsforen zu schaffen, um so die Distanz zwischen der Bevölkerung und der EU zu überwinden. So soll einerseits Europa auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene thematisiert und andererseits die Diskussionen aber auch über die Grenzen hinweg intensiviert werden. Auf diesem Weg soll schließlich eine europäische öffentliche Sphäre geschaffen werden.

Europäische  
öffentliche Sphäre

Teil II widmet sich der Erläuterung der Schlüsselbereiche, in denen die Konsultation und künftige Maßnahmen durchgeführt werden sollen. Insgesamt werden fünf Bereiche genannt, in denen Maßnahmen mit den anderen EU-Institutionen, den Mitgliedsstaaten und der Zivilgesellschaft partnerschaftlich durchgeführt werden sollen:

### 1. Gemeinsame Grundsätze festlegen

In der Charta der Grundrechte der EU ist bereits das Recht auf Information und freie Meinungsäußerung festgelegt. Darüber hinaus weist die EU-Kommission der Einbeziehung der Menschen aus allen Gesellschaftsschichten, der Wahrung der Meinungsvielfalt in der öffentlichen Debatte sowie der Möglichkeit zur Teilnahme der Bürger/innen an den politischen Dialogen in der EU eine grundlegende Rolle zu. Die gemeinsamen Grundsätze und Standards, die für die Informations- und Kommunikationspolitik zu Europa maßgeblich sind, sollen in einer Europäischen Charta oder einem Europäischen Verhaltenskodex zur Kommunikation festgelegt werden.

## 2. Die Rolle der Bürger stärken

Die neue EU Kommunikationspolitik soll gewährleisten, dass Instrumente und Strukturen bereit stehen, die möglichst vielen Menschen Informationen zur EU zugänglich machen und ihnen auch die Gelegenheit geben, ihren Anliegen Gehör zu verschaffen. Künftige Aktivitäten werden demgemäß drei Hauptziele verfolgen:

- Zum einen, soll die politische Bildung verbessert werden. Sie wird als Voraussetzung dafür gesehen, dass Menschen ihre politischen und bürgerlichen Rechte wahrnehmen und in der öffentlichen Sphäre tätig werden können. Es geht dabei nicht nur darum, Informationen über die EU zu vermitteln, sondern auch darum, die Menschen dazu befähigen, in der EU selbst aktiv zu werden. Der aktive Bürger
- Zum anderen sollen Bürger/innen miteinander in Kontakt gebracht werden und neue Foren für die öffentliche Auseinandersetzung über europäische Themen entstehen. Diese sollen nicht nur virtuell stattfinden sondern auch in Form von Begegnungs- und Austauschprogrammen (z.B. Jugend in Aktion)
- Und drittens sollen Kontakte zwischen den Menschen und den öffentlichen Einrichtungen verbessert werden. Die derzeitigen Bemühungen der EU-Institutionen, serviceorientierter, offener und zugänglicher zu werden, sollen weiter intensiviert werden. Das gilt auch für nationale, regionale und lokale Einrichtungen, da bei ihnen die Verantwortung für die politische Bildung liegt. Konkret schlägt die EU-Kommission vor, die Besucherprogramme der EU-Institutionen und Einrichtungen zu verbessern oder den Kontakt mit den Bürgern durch einen ständigen Dialog mit Vertretern von Interessengruppen aufrecht zu erhalten. Direkter Zugang

## 3. Mit den Medien zusammenarbeiten und neue Technologien nutzen

Um die Medien effizienter in die Kommunikation über Europa einbeziehen zu können, fordert das Weißbuch eine Intensivierung der Zusammenarbeit mit Rundfunkanstalten und Medienunternehmen. Auch sollen die Behörden auf europäischer, nationaler, regionaler und lokaler Ebene dazu ermutigt werden, den Medien hochwertige Informationen und aktuelles Nachrichtenmaterial zur EU bereit zu stellen. Europa soll über die Herstellung persönlicher Bezüge ein menschliches Gesicht erhalten, die EU-Berichterstattung nationale und regionale Dimensionen berücksichtigen sowie die neuen Technologien intensiver genutzt werden. „Europe by Satellite“

Insgesamt sollen die EU-Institutionen über bessere Kommunikationsinstrumente und -kapazitäten verfügen und z. B. das Programm „Europe by Satellite“ weiter ausbauen.

## 4. Ein klares Bild von der öffentlichen Meinung in Europa gewinnen

Im Bereich der öffentlichen Meinung sieht sich die EU-Kommission vor einer besonderen Herausforderung, das die öffentliche Meinung in Europa komplex und vielschichtig ist und die unterschiedlichen nationalen Sichtweisen widerspiegelt. Um diesem Problem zu begegnen wurde das Eurobarometer entwickelt, das mit seinen regelmäßigen Erhebungen zu einer der wichtigsten Datenquellen für die Einstellungsforschung in Europa geworden ist. Zur Verbesserung der Qualität dieses Meinungsforschungsinstruments schlägt die EU-Kommission eine engere

Zusammenarbeit der EU-Institutionen bei der Konzipierung und Planung von Eurobarometer-Umfragen vor. So könnte beispielsweise jede neue Umfrage Gelegenheit zu öffentlichen Debatten zwischen den EU-Institutionen und Organisationen geben. Auch wird der Aufbau eines neuen Netzwerkes nationaler Sachverständiger im Bereich der Meinungsforschung sowie die Einrichtung eines unabhängigen europäischen Meinungsforschungsinstitutes angeregt.

#### 5. Die Aufgaben gemeinsam angehen

Die neue Kommunikationsstrategie kann nicht einseitig von Brüssel umgesetzt werden, sondern muss von allen Akteuren als gemeinsam zu bewältigende Aufgabe verfolgt werden. Die EU-Kommission sieht in erster Linie die Mitgliedstaaten in der Verantwortung, Information über Europa an die Bevölkerung weiter zu geben und vor Ort aktiv die Menschen in EU-Themen einzubinden. Mit deren Unterstützung soll deutlich gemacht werden, dass die Politik der EU besonders auf regionaler und lokaler Ebene umgesetzt wird. Ebenso sollen die politischen Parteien Debatten anregen und so ihren Beitrag zur einer europäischen „öffentlichen Sphäre“ leisten, genauso wie die Organisationen der Zivilgesellschaft. Ihre Aufgabe ist es, die Öffentlichkeit für europäische Themen und politische Debatten zu sensibilisieren und die Menschen dazu zu bewegen, aktiv an diesen Debatten teilzunehmen.

Regionaler und lokaler Bezug  
der EU-Politik

Die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Bereichen kann dabei entweder finanzieller Art in der Form von Verwaltungspartnerschaften oder operativer Art als Zusammenarbeit mit europäischen Netzen und Informationsstellen sein. Um Debatten mit der Zivilgesellschaft auf regionaler und lokaler Ebene zu fördern, sollen sowohl der Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss als auch der Ausschuss der Regionen mehr genutzt werden. Insgesamt kann so die Stellung der Zivilgesellschaft durch gezielte Kooperationsprojekte im Bereich der öffentlichen Kommunikation gestärkt werden.

Abschließend wird im Weißbuch daran appelliert, die EU als gemeinsames Projekt anzusehen, das von staatlichen Stellen auf allen Ebenen, von unterschiedlichsten Organisationen und von Menschen aus allen Gesellschaftsschichten mitgetragen wird. Die Bürger haben ein Recht darauf, über die EU und deren aktuelle Politik informiert zu werden, ihre Ansichten über Europa zu äußern und auch gehört zu werden. Daher besteht die besondere Herausforderung im Bereich der Kommunikation, diesen Dialog zu verbessern und zu erleichtern. Damit Europa dem gerecht werden kann, müssen sich alle Beteiligten auf gemeinsame Ziele und ein gemeinsames Instrumentarium an Maßnahmen verständigen und es müssen innovative Wege der Zusammenarbeit beschritten werden.

Recht auf Information

#### **Bewertung und Perspektive**

Die vorgeschlagenen Ziele und Maßnahmen für eine neue Kommunikations- und Informationspolitik der EU klingen zwar insgesamt sehr positiv, sind jedoch alles in allem nicht neu. Viele der vollmundigen Forderungen im Hinblick auf mehr Öffnung und Beteiligung wurden bereits in anderen Kontexten formuliert und begleiten schon seit Jahre die Reformbemühungen der EU. So einfach sich den Forderungen nach mehr Bürgernähe zustimmen lässt, so schwer lässt sich die Frage nach der Umsetzung beantworten. Hier bleibt die EU-Kommission sehr

vage und formuliert ihre Ansprüche durchweg im Konjunktiv. Bei vielen Zielsetzungen fehlen konkrete Vorschläge sowie die Benennung von Instrumenten und Mitteln zu deren Erreichung oder sie sind interpretationsbedürftig. Es bleibt den angesprochenen Akteuren aller Ebenen überlassen, die allgemeinen Forderungen umzusetzen. Inwieweit sich diese den Herausforderungen stellen und die Auffassung der EU-Kommission übernehmen, bleibt offen. Eine erfolgsversprechende Strategie sieht anders aus.

Nach der Publikation des Weißbuches wurde vor allem der Passus „Medien und Technologien“ von Journalisten heftig kritisiert, insbesondere die geplante Stärkung des EU-Fernsehsenders „Europe by Satellite“. Die Pläne laufen ihres Erachtens darauf hinaus, in einen unlauteren Wettbewerb zu den vorhandenen Presseeinrichtungen zu treten und sichern zudem nicht unbedingt die Unabhängigkeit und Kritikfähigkeit der Presseberichterstattung. Zudem wurde bezweifelt, dass durch die Präsentation von Gesichtern alleine der Imageverlust der EU ausgeglichen werden kann. Statt dessen wurde gerade eine kritische Berichterstattung über die tatsächlichen Machtverhältnisse in der EU und die Auseinandersetzungen zwischen Rat und Kommission angemahnt. Nur so kann die Transparenz über europäische Entscheidungsabläufe geschaffen werden, die von den Bürgern/innen gefordert wird. Statt neuer Filter für die Nachrichten über die EU einzurichten, muss mehr Klarheit und konkrete Zuordnung in die Berichterstattung eingehen. Hierzu finden sich jedoch nur wenig Aussagen in der neuen Kommunikationsstrategie. Kommissarin Wallström distanzierte sich daraufhin umgehend von diesen Vorwürfen und stellte klar, dass die Schaffung einer EU-Nachrichtenagentur nicht die Intention der EU-Kommission sei.

Kritik in den Medien

Auch die verstärkte Nutzung der Eurobarometer-Daten für die Einschätzung der öffentlichen Meinung in Europa erscheint mehr als fragwürdig. So stellen die Eurobarometer-Daten zwar eine einzigartige Quelle für die Einstellungen der Bürger/innen in Europa dar und erlauben – vorsichtig angewandt – vergleichende Analysen. Allerdings ist deren Aussagewert doch sehr begrenzt. Um tatsächlich inhaltlich begründete Aussagen über die Einstellungen der Menschen gegenüber Europa zu erhalten, sind verstärkt qualitative Studien erforderlich. Diese bedürfen jedoch einer längeren Vorlaufzeit und stellen – im Hinblick auf die Vergleichbarkeit – neue Herausforderungen im Bereich der Meinungsforschung. Die Gründung von entsprechenden Netzwerken nationaler Sachverständiger sowie die Einrichtung eines europäischen Meinungsforschungsinstituts sind sicherlich interessante Vorschläge, lassen sich aber nicht auf die Schnelle durchführen.

Mehr qualitative Studien

Ebenso ist die angestrebte Einbeziehung aller Akteure wünschenswert, entspricht jedoch nicht den tatsächlichen Verhältnissen. Im Hinblick auf die Vermittlung von politischen Abläufen in der EU spielen immer noch zu viele unterschiedliche und teilweise auch konträre Interessen mit, als dass alle Akteure einheitlich an einem Strang ziehen. Zudem fehlt trotz aller Krisenstimmung in der EU das Gefühl der Dringlichkeit in den Mitgliedstaaten für eine geänderte und transparentere Kommunikationspolitik. Es scheint, dass die passive Hinnahme von Intransparenz und Fehlinformationen über europäische Entscheidungsstrukturen manchen Akteuren im nationalen, regionalen und kommunalen Kontext mehr Vorteile verspricht, als ein diesbezüglich aufgeklärter Bürger/in. Dies müsste zuerst zwischen den beteiligten Akteuren geklärt werden, bevor eine gemeinsame Aktion im Hinblick auf eine neue europäische Kommunikationsstrategie geführt werden

könnte. Sonst wird es eher zu Reibungsverlust zwischen den unterschiedlichen Ebenen kommen als zu dem gewünschten Mehrwert.

Hinzu kommt, dass für eine neue Kommunikations- und Informationspolitik, die hauptsächlich von den Mitgliedstaaten verfolgt werden soll, auch von diesen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden müssten. Dies ist jedoch nur sehr begrenzt der Fall. Obwohl beispielsweise die große Koalition eine klares Votum für eine bessere Europa Kommunikation und Information in Deutschland ausgesprochen hat, gibt es kein gesondert ausgewiesenes Budget für die Europa-Kommunikation mehr. Wurden bis zum Jahr 2003 im Budget der Öffentlichkeitsarbeit des Bundespresseamt die Bereiche Europa und Inland noch getrennt ausgewiesen, so werden diese seit 2004 zusammen geführt. Da insgesamt die Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit bei gleichzeitiger Zunahme der allgemeinen Aufgaben stagnieren, wirkt sich dies nicht gerade positiv auf die Umsetzung der neuen EU-Kommunikationsstrategie aus. Auch im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft werden voraussichtlich keine zusätzlichen Mittel bereit gestellt. Eine quantitative und qualitative Verbesserung der EU-Informations- und Öffentlichkeitsarbeit kann auf diesem Wege nur schwer erreicht werden.

Mehr finanzielle Mittel

Neben diesen grundsätzlichen Fragen und Kritikpunkten des Weißbuches gibt es jedoch auch positive Anknüpfungspunkte für eine bessere Informations- und Kommunikationspolitik, wenn diese mit bestimmten Voraussetzungen verbunden werden. So ist es hervorzuheben, dass die EU-Kommission im Bereich der Stärkung der Rolle des Bürgers explizit die Verbesserung der politischen Bildung einfordert. Dies ist ein Faktor, der bisher in der EU-Politik keine große Rolle gespielt hat und in Maßnahmen und Programmen nur am Rande gefördert wurde. Genau hier liegt jedoch ein großes Desiderat, dass zu einem hohen Anteil an der Distanz der Bevölkerung mit verantwortlich ist: die geringen Kenntnisse über die EU. Hier anzusetzen und den Menschen das notwendige Wissen über den Aufbau, die Funktionsweise und Zielsetzungen der EU zu vermitteln, ist eine vordringliche Aufgabe europäischer Informations- und Kommunikationspolitik. Erst dadurch werden die Voraussetzungen geschaffen, damit eine aufgeklärte und aktive Bürgergesellschaft in der EU überhaupt entstehen kann.

Politische Bildung im Fokus

Da die politische Bildung jedoch in den Zuständigkeitsbereich der Mitgliedstaaten fällt, ist vor allem hier eine genaue Abstimmung mit diesen erforderlich. Dass dies trotz Weißbuch immer noch nicht so einfach ist, zeigen die Vorgänge um die Aktion Europa in Deutschland. Obwohl diese bereits im Dezember 2005 als Verwaltungspartnerschaft ins Leben gerufen wurde und auch bereits zwei Runde Tische mit Akteuren der Zivilgesellschaft stattgefunden haben, folgten erst ein halbes Jahr später weitere Schritte. Für die Ausschreibung der konkreten Maßnahmen im Rahmen der Aktion Europa konnten sich die beteiligten Verwaltungseinheiten lange Zeit nicht über die Ausschreibungsmodi einigen. Was wie ein Schildbürgerstreik klingt – die Aktion Europa sollte ja gerade auf unbürokratischen Wege neue Projekte ermöglichen –, beschreibt leider die Realität. Dies führt letztendlich dazu, dass die für 2006 geplanten Maßnahmen nun unter erheblichen Zeitdruck stehen. Zudem machen die Ausschreibungsbedingungen teilweise sehr enge Vorgaben, die in der Praxis nur schwer umzusetzen sind beziehungsweise die Erreichung der anvisierten Ziele erschweren.

Zu langsame Umsetzung

Damit politische Bildung für Europa wirklich erfolgsversprechend umgesetzt werden kann, ist es erforderlich, von punktuellen Imagekampagnen und werbewirksamen Hochglanzbroschüren zu einer qualitativen und langfristigen Auseinandersetzung über europäische Politik zu kommen. Wichtig ist hierbei, dass nicht nur vereinzelte und prestigeträchtige Maßnahmen durchgeführt werden, sondern dass nach Ansätzen gesucht wird, die möglichst viele und unterschiedliche Bevölkerungsschichten ansprechen. Dies kann nur gelingen, wenn sich die unterschiedlichsten Ebenen und Einrichtungen des öffentlichen Lebens quer durch alle regionalen Strukturen und Ressortzuständigkeiten hierfür auch verantwortlich fühlen und die erforderlichen Ressourcen zur Verfügung stellen. Europa muss als Querschnittsaufgabe in allen Bereichen sichtbar und lebendig gemacht werden. Hiervon sind die EU und insbesondere auch die Mitgliedstaaten allerdings noch weit entfernt.

Mehr Qualität in der  
Auseinandersetzung

C·A·P  
Centrum für angewandte  
Politikforschung  
© 2006

Maria-Theresia-Str. 21  
81675 München  
Telefon 089 · 2180 1300  
Telefax 089 · 2180 1320  
E-Mail [redaktion@cap-lmu.de](mailto:redaktion@cap-lmu.de)  
[www.cap.lmu.de](http://www.cap.lmu.de)