



Netzwerk  
Europäische Bewegung  
Deutschland



Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung

Tanja Leppik

# Europa als „Good News“?

Warum Europa-Kommunikation in Deutschland mehr ist als eine Schlagzeile über Krümmungsgrade...

Dossier zum Diskussionsforum des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung und des Netzwerks Europäische Bewegung Deutschland zur Europa-Kommunikation am 27. April 2006



## Autorin

Tanja Leppik (M.A., M.E.S.) arbeitet derzeit für das Projekt „Adequate Information Management in Europe“ (AIM) am Erich-Brost-Institut in Dortmund. Sie studierte Anglistik, Theater- und Medienwissenschaft und Politische Wissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und nahm am Postgraduierten-Studiengang Europawissenschaften der drei Berliner Universitäten teil, den sie mit einem Master of European Studies abschloss. Neben ihrem Studium in Berlin arbeitete sie im Rahmen des Projekts „Europa-Kommunikation und Europäische Vorausschau“ beim Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland und der Stiftung Wissenschaft und Politik.

## Herausgeber

Das Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland ist der überparteiliche Zusammenschluss der Interessengruppen im Bereich Europapolitik. Es organisiert Europa-Kommunikation und Europäische Vorausschau im Dialog mit allen EU-Akteuren auf nationaler und europäischer Ebene. Seine rund 130 Mitgliedsorganisationen repräsentieren nahezu alle gesellschaftlichen Gruppen: Wirtschafts- und Berufsverbände, Gewerkschaften, Bildungsträger, wissenschaftliche Institute, Stiftungen, Parteien und andere. Die europapolitischen Expertisen, Informationen und Aktivitäten der Mitgliedsorganisationen werden im Netzwerk gebündelt, vernetzt und verstärkt. Ziel ist es, in enger Kooperation mit den politischen Institutionen die Europa-Kommunikation, die Europäische Vorausschau und die europapolitische Koordinierung in Deutschland nachhaltig zu verbessern. Weitere Informationen unter [www.europaeische-bewegung.de](http://www.europaeische-bewegung.de).

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung erfüllt zwei wesentliche Aufgaben: Information über die Arbeit der Bundesregierung und interne Information für die Arbeit der Bundesregierung. „Nach außen“ informiert das Bundespresseamt einerseits die Bürgerinnen und Bürger sowie andererseits die Medien über die Politik der Bundesregierung: über Maßnahmen, Gesetze, Strategien und Hintergründe der Politik. „Nach innen“ informiert das Amt die Bundesregierung und den Bundestag, die Bundeskanzlerin oder den Bundeskanzler und den Bundespräsidenten sowie deren Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter über die Nachrichtenlage in Deutschland und der Welt: mit Nachrichten- und Presseauswertungen, persönlichen Unterrichtungen und sonstigen tagesaktuellen Informationen. Weitere Informationen unter [www.bundespresseamt.de](http://www.bundespresseamt.de).

**Redaktion: Christoph Linden, Florian Strasser**

**Fotografien: Tim Hoesmann**

**Druck: Mai 2006**

© Presse- und Informationsamt der Bundesregierung  
Dorotheenstraße 84, D-10117 Berlin

## Inhalt

1 Europäische Öffentlichkeit.....	1
2 Rolle der Medien.....	1
3 Diskussionsforum.....	2
4 Probleme.....	3
5 Chancen.....	4
Anhang I: Referenten des Forums.....	6
Anhang II: Teilnehmer des Forums.....	8

*Die Europäische Union (EU) besteht heute aus 25 Staaten und agiert in einer ganzen Reihe von Politikfeldern, die früher ausschließlich in der Kompetenz der Nationalstaaten lagen, wie etwa Außen- und Innenpolitik. Entscheidungen auf europäischer Ebene haben Auswirkungen auf ca. 450 Mio. EU-Bürger. Je mehr Entscheidungen auf die europäische Ebene verlagert werden, desto wichtiger erscheinen die Diskussion europäischer Themen und die Legitimation des europäischen Regierens durch die betroffenen Bürger.<sup>1</sup> Dass die Bürger der EU nicht sehr positiv gegenüberstehen, zeigt die Ablehnung des „Vertrags über eine Verfassung für Europa“ in Frankreich und den Niederlanden, spiegelt sich aber auch in der geringen Wahlbeteiligung bei den Europawahlen und in den regelmäßigen Eurobarometer-Umfragen wider.*

*Als Gründe für diese Ablehnung wird häufig angeführt, dass die EU ein reines Elitenprojekt geworden sei, der Bezug zum Bürger fehle und von einer europäischen Öffentlichkeit nicht die Rede sein könne. Es besteht also offensichtlich ein Kommunikationsproblem, das nach Ansicht vieler von den Medien zu lösen sei. Die Medien sind die Hauptmittler zwischen den politischen Akteuren und den Bürgern, sie strukturieren die öffentliche Agenda, indem sie Themen setzen und kommentieren.<sup>2</sup> Reicht es also aus, die Medien zu europäisieren? Sind sie es, die Europa-Kommunikation steuern können und bei der Schaffung einer europäischen Öffentlichkeit die tragende Rolle übernehmen müssen – und wie könnte eine solche europäische Öffentlichkeit aussehen?*

## 1 Mögliche Formen einer europäischen Öffentlichkeit

Über die Notwendigkeit, eine europäische Öffentlichkeit zu schaffen sowie über die theoretisch möglichen Formen einer solchen Öffentlichkeit wird in der Wissenschaft lebhaft diskutiert.<sup>3</sup> Entsprechend werden unterschiedliche Modelle entwickelt, die mit unterschiedlichen Ansätzen die Brücke zwischen so genannten politischen Eliten und der Bevölkerung schlagen sollen. Drei sollen im Folgenden kurz skizziert werden.

## Eine gemeinsame europäische Öffentlichkeit

Eine Möglichkeit ist die Entstehung einer gemeinsamen europäischen Öffentlichkeit, mit der Betonung auf gemeinsam. Im Zentrum steht dabei die Entwicklung eines europäischen Mediensystems, das sich mit seinen gesamten Angeboten an alle EU-Bürger richtet. Da dieses Modell die Existenz europäischer Medien sowie die europaweite Beherrschung einer gemeinsamen Sprache voraussetzt, gilt die Umsetzung als recht unwahrscheinlich.

## Segmentierte transnationale Themenöffentlichkeiten

Ein anderes Modell ist die Vorstellung von segmentierten transnationalen Themenöffentlichkeiten. Hierbei geht es um themenspezifische Kommunikationsprozesse und europaweite Vernetzung zivilgesellschaftlicher Akteure und Interessengruppen. Dass es diese bereits gibt, ist relativ unumstritten. Die offene Frage bleibt, wie aus den Segmenten heraus die Kommunikation in eine breitere Öffentlichkeit stattfinden kann.

## Die Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten

Entsprechend wird bei beiden Modellen ein gehöriger Teil der EU-Bürger mit der europäischen Kommunikation nicht erreicht. Vielfach wird deshalb ein drittes Modell erörtert, die Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten. Unter Europäisierung wird dabei verstanden, dass europäische Themen und Akteure in die nationalen Debatten einbezogen werden.

Aus diesem Grund ruhen sehr große Hoffnungen auf den Medien, eine starke europäische Öffentlichkeit herzustellen.<sup>4</sup> „Die Erwartung ist, dass die Europäisierung der Politik sich in einer Europäisierung der Medienagenda niederschlägt, dass die Relevanz der supranationalen Ebene von den Medien also wahrgenommen und vermittelt wird“.



## 2 Die Rolle der Medien bei der Europa-Kommunikation

Wenn die Medien eine große Rolle bei der Schaffung einer europäischen Öffentlichkeit übernehmen sollen, wie ist es um die EU-Berichterstattung heute bestellt?

Mittlerweile gibt es viele Projekte und empirische Arbeiten, die sich mit der EU-Berichterstattung der Massenmedien befassen und verschiedene Aspekte untersuchen.<sup>5</sup>

Eine dieser Studien<sup>6</sup> zeigt, dass die EU-Berichterstattung der Medien allgemein betrachtet gering ist. So machte sie in überregionalen Tageszeitungen und Nachrichtensendungen in Deutschland im Zeitraum von 1998 bis

2004 durchschnittlich nur etwa 5,5 Prozent der gesamten Berichterstattung aus.

Dabei scheint es Unterschiede zwischen den verschiedenen Medientypen zu geben. So stammt ein Großteil der EU-Berichterstattung von überregionalen Tageszeitungen, während Nachrichtensendungen kommerzieller Fernsehsender einen relativ geringen Anteil zur EU-Berichterstattung beitragen.<sup>7</sup>

Eine andere Studie<sup>8</sup> zeigt, dass deutsche Qualitätszeitungen insgesamt zwar vergleichsweise wenig über die EU berichten, die europäische Integration selbst aber in einem hohen Maß unterstützen. Auch scheinen diese Medien die EU positiver zu bewerten als Akteure aus Politik und Zivilgesellschaft.<sup>9</sup> Bei überregionalen Tageszeitungen scheint zudem der Anteil der EU-Berichterstattung an der gesamten politischen Berichterstattung relativ hoch zu sein. So wurde im Rahmen einer Studie<sup>10</sup> festgestellt, dass europäische Themen 2000 in jedem fünften politischen Artikel behandelt wurden und jeder dritte dieser Artikel auf einen gemeinsamen europäischen Kontext verwies. Insgesamt wird in dieser Studie ein Europäisierungsgrad von 15,6 Prozent festgestellt.

Obschon also überregionale Tageszeitungen der EU generell recht positiv gegenüberstehen scheinen und auch der Anteil der EU-Berichterstattung in diesen Medien zugenommen hat, bleibt im Bereich der Europa-Kommunikation noch viel zu tun.

Vor diesem Hintergrund hatte das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland Journalisten, Vertreter der Medienwirtschaft sowie Europa- und Kommunikationsbeauftragte aus Wirtschaft, Politik und Interessengruppen zu einem Diskussionsforum eingeladen, um gemeinsam über Probleme und Chancen der Europa-Kommunikation in Deutschland zu diskutieren. Als Referenten waren Vertreter der Politik, der Wissenschaft und der Medien anwesend.

### 3 Diskussionsforum Europa als „Good News“? am 27. April 2006

Das Diskussionsforum wurde von **Dr. Thomas Steg** eröffnet, dem Stv. Sprecher der Bundesregierung und Stv.



Leiter des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Dr. Steg bedauerte, dass das Projekt Europa trotz seiner Einzigartigkeit und seiner Modellfunktion für andere regionale Zusammenschlüsse in den Debatten auf nationaler Ebene unter einem Akzeptanzmangel leide, die EU immer noch ein Projekt der Eliten sei und es weiterhin an einer europäischen Öffentlichkeit fehle. Er wies darauf hin, dass zwar Ansätze europäischer Teilöffentlichkeiten, etwa in Form einer zivilgesellschaftlichen oder virtuellen Öffentlichkeit bereits existierten, eine massenmediale europäische Öffentlichkeit allerdings noch fehle. Dies sei weniger auf das Nichtvorhandensein einer gemeinsamen Sprache zurückzuführen, wie das Gegenbeispiel der Schweiz beweise, sondern vielmehr einem Mangel an erlebbaren Krisen und Konflikten geschuldet. Themen bedürften der Zuspitzung, um von den Bürgern wahrgenommen zu werden. Dr. Steg identifizierte abschließend die Debatten um den Verfassungsvertrag und um den Beitritt der Türkei zur EU als Möglichkeiten, die Realität und Chancen des Projektes Europa in der Öffentlichkeit besser zu kommunizieren und die EU dadurch zu legitimieren.

**Prof. Dr. Klaus Schönbach**, Inhaber des BBDO-Lehrstuhls für Medienwissenschaft an der Zeppelin-University Friedrichshafen sowie des Lehrstuhls für Allgemeine Kommunikationswissenschaft an der Universität Amsterdam, setzte sich in seinem Redebeitrag mit den Gründen für den fehlenden Erfolg der Europa-Kommunikation in Deutschland auseinander. Er identifizierte dabei unter anderem die mangelnde Personalisierung der EU durch die Mitglieder der Europäischen Kommission. Da diese nicht gewählt, sondern von den nationalen Regierungen ernannt würden, seien deren Gesichter den nationalen Öffentlichkeiten weitgehend unbekannt. Auch verhindere das Kollegialprinzip unter den Kommissaren, dass potenziell medienwirksame Konflikte offen ausgetragen und dem Interesse der Öffentlichkeit dargeboten würden. Daher sei es vor allem notwendig, eingefahrene Routinen in der Europa-Kommunikation zu durchbrechen, indem der konfliktreiche und damit interessantere Weg zu einer Entscheidung auch als solcher dargestellt werde. Hier seien auch das Europäische Parlament und die Parlamentarier gefragt, mehr Öffentlichkeit herzustellen. Außerdem müsse die EU den Bürgern ihre Funktionsträger als Identifikationsobjekte mit einem nachvollziehbaren Profil anbieten. Prof. Schönbach verwies jedoch auf die Erfahrung, dass der Selbstdarstellung „Brüssels“ in der Öffentlichkeit Grenzen gesetzt seien, da es letzten Endes die Massenmedien selbst seien, die über den Nachrichtenwert einer Meldung entschieden.

Die Sichtweise ebendieser Medien auf die Möglichkeiten und Hindernisse der EU-Berichterstattung erläuterte **Michael Stempel**, Korrespondent im mit sechs Mitarbeitern größten Auslandsstudio der ARD in Brüssel. Er verwies auf die Steigerung der Europaberichterstattung im deutschen Fernsehen, kritisierte aber zugleich eine wachsende Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit in der Kommunikation der EU-Kommission. So lobte er grundsätzlich das Konzept des kostenlosen europäischen Bilderdienstes „Europe by Satellite (EBS)“, warnte

aber davor, dessen Existenz als Argument zu benutzen, um externen Medien den Zugang zu Sitzungen zu verwehren. Stempel stimmte Prof. Schönbach zu, dass ein größeres Herausstellen von Kontroversen keine Nachteile für den Erfolg der Europa-Kommunikation bedeute, und auch „Bad News“ zunächst einmal „News“ überhaupt darstellten.

Von der Schwierigkeit, ein europaskeptisches Publikum für die EU zu interessieren und über diese zu informieren, berichtete **Kerstin Wintermeyer**, Redakteurin für Politik und Wirtschaft der Zeitschrift SUPERillu. So werde Brüssel von der ostdeutschen Leserschaft als zu bürgerfern wahrgenommen, die Identifikation mit Europa sei dementsprechend gering. Wintermeyer widersprach jedoch der Vermutung, dass Zeitschriften wie die SUPERillu nur dem Boulevard verpflichtet seien und komplexe Themen wie Europa ausklammerten. Sie erläuterte die Bemühungen ihrer Zeitschrift, das Thema Europa durch regional angepasste Berichterstattung oder Medienpreise ansprechend zu kommunizieren. Sie sprach sich für eine stärker verbraucherorientierte Aufarbeitung europäischer Themen aus, in der Alltagsrelevanz und Personalisierung eine größere Rolle spielen sollten.

**Christoph Linden**, Stv. Generalsekretär des Netzwerks Europäische Bewegung Deutschland, konnte bei seiner Auswertung der im Vorfeld der Veranstaltung von den Teilnehmern beantworteten Fragebögen bestätigen, dass Europa-Kommunikation heute noch allzu oft die ohnehin europheilen Eliten anspreche. Abgefragt wurden im Vorfeld sowohl thematische wie strukturelle Rahmenbedingungen von Europa-Kommunikation, zu denen die Teilnehmer Erfahrungen, Meinungen und Verbesserungsvorschläge unterbreiten konnten. Als Desiderata einer sich verstärkt an die gesamte Bevölkerung wendenden Kommunikation wurde Kontinuität, Emotionalisierung und zielgruppenspezifische Aufbereitung hervorgehoben, wobei Themenfeldern des Umweltschutzes, der technischen Sicherheit und des Verbraucherschutzes eine größere Rolle zukommen solle.

In der sich anschließenden von **Bernd Hüttemann**, Generalsekretär des Netzwerks Europäische Bewegung Deutschland, moderierten Diskussion zeigte sich erneut die Notwendigkeit, „Europa ein Gesicht“ zu geben, als Dr. Thorsten Hemming von der Bayerischen Landesvertretung beim Bund einen „Bericht aus Brüssel“ analog zum „Bericht aus Berlin“ forderte. Michael Stempel wies allerdings darauf hin, dass zum einen bereits heute eine große Anzahl von Fernsehberichten Europathemen behandle, ohne dass der Name Brüssel explizit falle. Andererseits sei eine gewisse Binnenkonkurrenz zwischen Berlin und Brüssel nicht zu leugnen, verzichte doch bereits jetzt mancher deutsche Politiker nur ungern auf seine Sendeminuten zugunsten von Europa-Berichterstattung.



Michael Stempel wies allerdings darauf hin, dass zum einen bereits heute eine große Anzahl von Fernsehberichten Europathemen behandle, ohne dass der Name Brüssel explizit falle. Andererseits sei eine gewisse Binnenkonkurrenz zwischen Berlin und Brüssel nicht zu leugnen, verzichte doch bereits jetzt mancher deutsche Politiker nur ungern auf seine Sendeminuten zugunsten von Europa-Berichterstattung.

Auch das Selbstverständnis der über Europa berichtenden Journalisten wurde thematisiert: Auf den Vorwurf mangelnder investigativer Recherche seitens der Journalisten bemerkte Michael Stempel, dass es einem Korrespondenten schlichtweg unmöglich sei, aktualitätsnahe Berichterstattung zu leisten und gleichzeitig investigativ tätig zu sein.

Außerdem herrschte Uneinigkeit über die Selektivität, mit der Vertreter der europäischen Institutionen in den Medien dargestellt bzw. umgekehrt ignoriert würden.

Einen weiteren Diskussionsschwerpunkt stellte die Frage nach der Relevanz von Europapolitik und Bundespolitik im Bewusstsein der Bürger dar. Dr. Ulrich Klöckner vom Auswärtigen Amt gab zu bedenken, dass die in Brüssel getroffenen Entscheidungen zwar indirekt eine erhebliche Relevanz für die deutsche Gesetzgebung aufwiesen, dass in der Wahrnehmung der Bevölkerung die parteipolitischen Auseinandersetzungen im Bundestag jedoch von wesentlich höherer Attraktivität seien als die nationalstaatlichen Debatten im Rahmen des Europäischen Rates, welche der Herausbildung einer gemeinsamen europäischen Identität zudem wenig dienten.

Daraufhin betonte Michael Stempel, dass mit dem Europäischen Parlament (EP) durchaus der Ort für eine solche Debatte gegeben sei. Allerdings biete das EP schon durch seine Tagungen an zwei verschiedenen Orten keine ideale Bühne für die im Fernsehen so wichtige bildhafte Darstellung von Europapolitik als europäischer Innenpolitik. Rein praktisch sei auch die durch die unterschiedlichen Muttersprachen der Abgeordneten bedingte Übersetzung ein wesentliches Hindernis für die Emotionalisierung der Fernsehberichte, welche die Grundlage für ein großes Publikumsinteresse biete.

Abschließend bemerkte Hans Peter Mallkowsky vom Ministerium für Justiz, Arbeit und Europa Schleswig-Holstein, dass sich die Diskussion um eine bessere Akzeptanz der EU kaum auf die Mängel der europäischen Kommunikationspolitik beschränken ließe. So leide die EU an einem grundlegenden Akzeptanzproblem seitens der Unionsbürger, dem durch kurzfristige und an Kontinuität mangelnde Maßnahmen nicht entgegengewirkt werden könne. Herr Mallkowsky regte an, die lokale und regionale Öffentlichkeit vermehrt über fachliche Themen anzusprechen und die Vermittlung von Wissen über die EU zu einem integralen Teil der lokalpolitischen Ausbildung zu machen.

#### 4 Probleme der Europa-Kommunikation

Allgemein lässt sich aus der Diskussion festhalten, dass für viele Teilnehmer einige Medien nur unzureichend über die EU berichten und damit zum Vermittlungsproblem zwischen Europapolitik und Bürgern beitragen. In den Vorträgen, der Diskussion und den beantworteten Fragebögen wurden einige Gründe für diese mangelnde Aufmerksamkeit der Medien genannt, die sich auch in

der Literatur<sup>11</sup> wiederfinden. Festzuhalten bleibt aber auch, dass die Medien dafür nicht allein verantwortlich sind; auch die Rahmenbedingungen der Europa-Kommunikation – ob bei den politischen Institutionen oder anderen EU-Akteuren – tragen zum genannten Vermittlungsproblem bei.

### Intransparenz

Auf europäischer Ebene gibt es einige Besonderheiten, die eine EU-Berichterstattung erschweren. So trägt etwa die Ernennung der EU-Kommissare dazu bei, dass diese ein relativ geringes Interesse an Öffentlichkeitsarbeit haben. Das Kollegialprinzip der EU-Kommission führt zudem dazu, dass Konflikte nicht an die Öffentlichkeit gelangen. Die nicht-öffentliche Austragung von Konflikten ist auch beim Rat anzutreffen, der hinter verschlossenen Türen tagt. Durch diese Praxis wird es nationalen Politikern möglich, für sie unliebsame Entscheidungen der EU oder anderen Mitgliedstaaten zuzuschreiben.

### Nachrichtenwert

Ein anderer wichtiger Faktor hinsichtlich der EU-Berichterstattung ist der Nachrichtenwert von Informationen. Auf europäischer Ebene sind die Entscheidungsprozesse sehr komplex, und eine Vielzahl von Akteuren ist daran beteiligt. Außerdem sind die verhandelten Themen häufig sehr abstrakt.<sup>12</sup> All diese Faktoren erschweren die Personalisierung europäischer Politik und damit auch die Darstellung von EU-Themen in den Medien. Besonders für die Fernsehberichterstattung ist es schwer, EU-Themen zu visualisieren. Zudem verringert die fehlende öffentliche Austragung von Konflikten das Interesse an EU-Themen.

### Organisation der EU-Berichterstattung in den Medien

Mögliche Gründe für die geringe EU-Berichterstattung werden teilweise auch in der Organisation und den Prozessen der EU-Berichterstattung in den Medien gesehen. So haben beispielsweise nicht alle Medien Korrespondenten vor Ort in Brüssel. In den Heimatredaktionen gibt es häufig keine EU-Experten, sondern EU-Themen werden bei der Außenpolitik angesiedelt und stehen somit in Konkurrenz zu allen anderen Auslandsthemen.

Auch die EU-Kenntnisse der Journalisten sind von Bedeutung: Während Korrespondenten in Brüssel sehr gut über die EU informiert sind, scheint es bei vielen anderen Journalisten eine große Unsicherheit im Umgang mit EU-Themen zu geben.

Zu guter Letzt müssen sich die Medien auch an dem orientieren, was ihre Leserschaft nachfragt. Und da die Bürger ein geringes Interesse an der EU zeigen und auch die Relevanz der Europapolitik vielfach unterschätzt wird, ist es für Journalisten teilweise schwer, EU-Themen an die Heimatredaktionen zu „verkaufen“ oder die Relevanz der EU dem Publikum nahe zu bringen. Dieser Teufelskreis muss aber nicht als gegeben hingenommen werden, sondern Lösungen müssen gefunden werden, die der Rolle der Medien gerecht werden.

## 5 Chancen der Europa-Kommunikation – Lösungsansätze<sup>13</sup>

Das Diskussionsforum machte deutlich, dass einige Probleme der Europa-Kommunikation auch bei den politischen Institutionen – auf europäischer und auf nationaler Ebene – liegen. Als mögliche Verbesserungsansätze wurden u.a. vorgeschlagen, die Intransparenz der Entscheidungsprozesse zu verringern und politische Verantwortlichkeiten deutlicher zu machen. Dazu sollte insbesondere die Arbeit des Ministerrates öffentlicher gemacht werden, um das Abstimmungsverhalten nationaler Politiker offen zu legen. Dies könnte ein wichtiger Schritt gegen das häufige „Brüssel-Bashing“ sein. Zudem wurde generell bessere Öffentlichkeitsarbeit der EU-Institutionen gefordert.

Erste Schritte in diese Richtung können die Aktivitäten der für Kommunikation zuständigen EU-Kommissarin Margot Wallström sein, die mit Plan D und einem Weißbuch die Kommunikationsstrategie der Kommission vorgelegt hat, auch wenn diese Kommunikationsstrategie von manchen EU-Akteuren mit großer Skepsis kommentiert wird. Ein weiteres Beispiel der stärkeren Bemühungen um Transparenz ist der Vorschlag der EU-Kommissare Wallström, Kallas, Hübner und Fischer Boel für eine europäische Transparenzinitiative.<sup>14</sup> Diese wird als Grünbuch im Juni 2006 vorgestellt werden.

Mit Blick auf die Arbeit der Medien wurde festgestellt, dass die EU-Korrespondenten in Brüssel sehr wohl dem Thema Europa positiv gegenüberstehen und es als ihre Aufgabe betrachten, die Relevanz der Europapolitik für Deutschland zu erklären. Umso wichtiger erscheint es, dass die Heimatredaktionen Europapolitik als deutsches und allzeit aktuelles Thema betrachten und entsprechend in ihrer Berichterstattung verankern.

Um das Interesse der Bürgerinnen und Bürger an EU-Themen zu steigern, sollten inhaltliche Kontroversen und konstruktive Konflikte, die letztendlich zu europäischen Entscheidungen führen, stärker herausgestellt werden. Zudem müssten die EU-Themen stärker zielgruppenspezifisch aufbereitet werden, um den Alltagsbezug für die Bürger zu unterstreichen.

Abschließend lässt sich sagen, dass es für die Verbesserung der Europa-Kommunikation in Deutschland auf die kontinuierliche – durchaus auch kritische – Begleitung der EU-Akteure und EU-Themen durch alle Medien ankommt. Es ist wichtiger, Europa als tägliche „News“ zu haben, als nur als sporadische „Good News“. Ebenso hilfreich ist jedoch auch, auf unnötige Polemik zu verzichten. Europa als regelmäßige „Bad News“ darzustellen, wäre eine gefährliche Vereinfachung, die ein Jahrhundertprojekt auf Dauer gefährdet. Hier haben die Medien in der Tat eine große Verantwortung – die sie aber mit allen wichtigen EU-Akteuren teilen.



- 1 Vgl. dazu: Pfetsch, Barbara (2004): Europäische Öffentlichkeit. Wie können Medien zur Demokratisierung der Europäischen Union beitragen? Vortrag im Rahmen der Reihe „Europa sucht sein Profil“. Hospitalhof Stuttgart, 22. April 2004 (hier S. 3). Gerhards, Jürgen (2000): „Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit“. In: Bach, M. (Hg.) (2000): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 277-305 (hier S. 288). Eilders, Christiane / Voltmer, Katrin (2003): „Zwischen Deutschland und Europa. Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen“. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 51(2). S. 250-270 (hier S. 250)
- 2 Siehe: Eilders, Christiane / Voltmer, Katrin (2003): „Zwischen Deutschland und Europa. Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen“. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 51(2). S. 250-270 (hier S. 251). Pfetsch, Barbara (2004): Europäische Öffentlichkeit. Wie können Medien zur Demokratisierung der Europäischen Union beitragen? Vortrag im Rahmen der Reihe „Europa sucht sein Profil“. Hospitalhof Stuttgart, 22. April 2004 (hier S. 15)
- 3 Vgl. zum Beispiel die Sammelbände von:
  - Franzius, Claudio / Preuß, Ulrich K. (Hrsg.) (2004): Europäische Öffentlichkeit. Baden-Baden: Nomos
  - Hagen, Lutz M. (Hrsg.) (2004): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag
  - Kopper, Gerd G. (Hrsg.) (1997): Europäische Öffentlichkeit. Entwicklung von Strukturen und Theorie. Berlin: VISTAS
 Eine Übersicht, auf die sich auch die vorliegende Darstellung stützt, findet sich bei Eilders, Christiane / Voltmer, Katrin (2003): „Zwischen Deutschland und Europa. Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen“. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 51(2). S. 250-270 (hier S. 251ff.)
- 4 So Hagen (auf S. 7) in der Einleitung zu folgendem Band: Hagen, Lutz M. (Hrsg.) (2004): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag
- 5 So zum Beispiel die folgenden Projekte:
  - „Building the EU's Social Constituency: Exploring the Dynamics of Public Claims-Making and Collective Representation in Europe“ (<http://www2.hu-berlin.de/struktur/constituency/Inhalt/kurzbeschreibung.htm>)
  - „EURONAT Representations of Europe and the Nation in Current and Prospective Member-States: Media, Elites and Civil Society“ (<http://www.iue.it/RSCAS/Research/EURONAT/>)
  - „Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit und ihre Bedeutung für politische Ordnungen am Beispiel der EU“ (<http://www.sfb597.uni-bremen.de/publicsphere/>)
  - „ConstEPS: Bürgerschaft und Verfassungsprozess: Zur Transformation politischer Öffentlichkeit in der Integration Ost-Westeuropas“ (<http://www.monnet-centre.uni-bremen.de/projects/consteps/index.html>)
  - „Die Europäische Union und die massenmediale Attribution von Verantwortung“ ([http://userpage.fu-berlin.de/%7Egerhards/proj\\_eu\\_verantwortung.html](http://userpage.fu-berlin.de/%7Egerhards/proj_eu_verantwortung.html))
 Eine Übersicht über verschiedene Studien findet sich auch bei Machill, Marcel / Beiler, Markus / Fischer, Corinna (2006): „Europe-Topics in Europe's Media. The Debate about the European Public Sphere: A Meta-Analysis of Media Content Analyses“. In: European Journal of Communication, Vol 21(1), 2006. S. 57-88
- 6 Im Rahmen dieser Studie wurden überregionale Tageszeitungen (Die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Süddeutsche Zeitung und Bild) sowie Nachrichtensendungen (Tagesschau, Tagesthemen, heute, heute journal, RTL aktuell, Sat.1 News und ProSieben Nachrichten) zwischen 1998 und 2004 untersucht. Mehr zu der Studie:
  - Brettschneider, Frank (2005): „Europa – (k)ein Thema für die Medien“. In: Tenschler, Jens (Hrsg.) (2005): Wahl-Kampf um Europa. Analysen aus Anlass der Wahlen zum Europäischen Parlament 2004. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 136-156. (gemeinsam mit Markus Rettich)
  - Schaubilder finden sich in der Dokumentation eines Vortrags von Frank Brettschneider (2005) im Internet unter <http://www.swissgis.unizh.ch/e/pdf/Brettschneider.pdf>
  - Ein Interview mit Frank Brettschneider ist in politik & kommunikation zu lesen (Ausgabe 26, Mai 2005. S. 62-63. Im Internet unter <http://www.politikagenda.de/magazin/ausgaben/26/>)
- 7 Darauf weisen Ergebnisse zweier Untersuchungen hin, die die EU-Berichterstattung der Medien in verschiedenen europäischen Ländern während eines bestimmten Zeitraums vergleichen und dabei u.a. auch den Anteil der verschiedenen Medien an der EU-Berichterstattung sichtbar machen:
  - Eine dieser Untersuchungen fand im Rahmen des Projektes „Adequate Information Management in Europe“ (AIM) statt, koordiniert vom Erich-Brost-Institut in Dortmund. Nähere Informationen zu diesem Projekt unter <http://www.aim-project.net/>
  - Informationen zu der anderen Untersuchung finden sich bei Kevin, Deirdre (2003): Europe in the Media. A Comparison of Reporting, Representation, and Rhetoric in National Media Systems in Europe. Mahwah/New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. The European Institute for the Media Series (hier S. 54ff.)
- 8 In dieser Studie werden die Thematisierung, Position und die Bewertung der EU durch die Medien untersucht. Die Ergebnisse dieser Studie werden zusammenfassend dargestellt von bei Eilders, Christiane / Voltmer, Katrin (2003): „Zwischen Deutschland und Europa. Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen“. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 51(2). S. 250-270 (hier S. 257ff.) Die Daten stammen aus dem Projekt „Die Stimme der Medien im politischen Prozess: Themen und Meinungen in Pressekommentaren“ vom Wissenschaftszentrum Berlin. Im Rahmen dieses Projekts wurden 8946 Kommentare aus dem Zeitraum von 1994 bis 1998 analysiert, die in fünf überregionalen Zeitungen erschienen sind: Die Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau und tageszeitung
- 9 Zu diesem Ergebnis kommen Koopmans, Ruud / Pfetsch, Barbara (2003): „Towards a Europeanised Public Sphere? Comparing Political Actors and the Media in Germany“. In: ARENA Working Paper 23/03 Vorgestellt auch in einem Vortrag von Pfetsch, Barbara (2004) im Rahmen der Reihe „Europa sucht sein Profil“ im Hospitalhof Stuttgart zum Thema „Europäische Öffentlichkeit. Wie können Medien zur Demokratisierung der Europäischen Union beitragen?“ (hier S. 20). Die Daten für diese Untersuchung stammen aus dem Projekt „Europub.com. The Transformation of Political mobilisation and Communication in European Public Spheres“. Nähere Informationen zu diesem Projekt finden sich unter <http://europub.wz-berlin.de/>
- 10 Die gesamten Ergebnisse dieser Studie finden sich bei Trenz, Hans-Jörg (2005): Europa in den Medien. Die europäische Integration im Spiegel nationaler Öffentlichkeit. Frankfurt/New York: Campus. Nähere Informationen zu den genannten Ergebnissen sind auf S. 199ff. aufgeführt
- 11 So etwa bei:
  - Gerhards, Jürgen (2000): „Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit“. In: Bach, M. (Hg.) (2000): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 277-305 (hier S. 297ff.)
  - Gerhards, Jürgen (1993): „Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit“. In: Zeitschrift für Soziologie 22. S. 96-110
  - Trenz, Hans-Jörg (2006): „Europäische Öffentlichkeit und die verspätete Politisierung der EU“. In: Internationale Politik und Gesellschaft, 1/2006. S. 117-133 (hier S. 118ff.)
  - Kevin, Deirdre (2003): Europe in the Media. A Comparison of Reporting, Representation, and Rhetoric in National Media Systems in Europe. Mahwah/New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. The European Institute for the Media Series (hier S. 122ff.)
  - Pfetsch, Barbara (2004): Europäische Öffentlichkeit. Wie können Medien zur Demokratisierung der Europäischen Union beitragen? Vortrag im Rahmen der Reihe „Europa sucht sein Profil“. Hospitalhof Stuttgart, 22. April 2004 (hier S. 7ff.)
 Eingearbeitet wurden zudem Ergebnisse von Interviews, die im Rahmen des Projekts „Adequate Information Management in Europe“ (AIM).
- 12 Für einen Vergleich der Politikvermittlung auf EU- und auf Bundesebene sei auf die Arbeit von Kambeck verwiesen: Kambeck, Michael (2004): Politikvermittlung auf EU- und Bundesebene – ein Vergleich in Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung des Politikfeldes Informationsgesellschaft. Dissertation. Bonn: Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität
- 13 Diese Lösungsansätze sind zusammengestellt auf Basis der Vorträge, der Diskussion, der von einigen Teilnehmern im Vorfeld beantworteten Fragebögen sowie der wissenschaftlichen Literatur, insbesondere:
  - Pfetsch, Barbara (2004): Europäische Öffentlichkeit. Wie können Medien zur Demokratisierung der Europäischen Union beitragen? Vortrag im Rahmen der Reihe „Europa sucht sein Profil“. Hospitalhof Stuttgart, 22. April 2004 (hier S. 7ff.)
  - Meyer, Christoph O. (2004): „Brüssel hat entschieden, dass...“ – Über die Schwierigkeiten einer Kontrolle der politischen Verantwortlichkeit des EU-Ministerrats durch Medienöffentlichkeit“. In: Hagen, Lutz M. (Hrsg.) (2004): Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 129-145 (hier S. 143ff.)
  - Trenz, Hans-Jörg (2006): „Europäische Öffentlichkeit und die verspätete Politisierung der EU“. In: Internationale Politik und Gesellschaft, 1/2006. S. 117-133 (hier S. 126ff.)
- 14 Das Dokument ist im Internet erhältlich unter: [http://ec.europa.eu/commission\\_barroso/kallas/doc/etik-communication\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/commission_barroso/kallas/doc/etik-communication_de.pdf)



## Michael Stempel

Korrespondent ARD-Studio Brüssel



geboren am 2. November 1965 in Troisdorf-Sieglar

1987–1992 Studium der Geschichte, Politischen Wissenschaften und Neueren Germanistik an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und an der University of Wales in Cardiff (1989-1990) mit Abschluss Magister

1991–1993 Freier Mitarbeiter des Bonner General-Anzeigers

1993–1994 Volontariat beim WDR

1994–1999 Redakteur in der Redaktion Landespolitik Fernsehen des WDR. Reporter, Filmautor, Moderator und Chef vom Dienst für die *Aktuelle Stunde*, *Westpol*, *NRW am Mittag* und *Länderzeit aktuell*

1999 Redakteur im ARD-Studio Bonn. Reporter für *Tagesschau*, *Tagesthemen* und *Bericht aus Bonn*

1999–2002 Redakteur im Hauptstadtbüro des Senders PHOENIX in Berlin. Reporter, Moderator und Chef vom Dienst

2002–2004 Planungsredakteur beim ARD-Morgenmagazin

seit 2004 Korrespondent der ARD im Studio Brüssel

## Kerstin Wintermeyer

Redakteurin Politik und Wirtschaft SUPERillu



geboren am 23. April 1968 in Wiesbaden

1988 Abitur

diverse Praktika und freie Mitarbeit bei Tageszeitungen sowie wissenschaftliche Mitarbeit am Institut für Didaktik an der TU Braunschweig

bis 1998 Magisterstudium der Germanistik, Geschichte und Politikwissenschaften an der TU Braunschweig

1999–2000 Volontariat Braunschweiger Zeitung

seit 2001 Redakteurin SUPERillu Ressort Politik und Wirtschaft

## Anhang II: Die Teilnehmer des Diskussionsforums am 27. April 2006

Helke Baddenhausen	Deutscher Bundestag
Felix Baumert	Junge Europäische Bewegung
Hartwig Bierhoff	Leiter Referat Online Dienste/ Parlamentsfernsehen, Deutscher Bundestag
Ralf Bingel	EU-Koordinierungsgruppe, Auswärtiges Amt
Nicole Bockstaller	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
Tatjana Brode	Bundeszentrale für politische Bildung
Handan Ceylan	Verband der Technischen Überwachungs-Vereine
Dr. Joseph Dolezal	Referat Öffentlichkeitsarbeit, Bundesministerium des Inneren
Adrian Farrell	Botschaft von Irland
Gabriela Filova	Zweite Botschaftssekretärin, Botschaft der Slowakischen Republik
Ann-Kathrin Fischer	Deutscher Bundesjugendring
Rolf Fischer	Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Anja Fuchs-König	Europäisches Parlament - Informationsbüro für Deutschland
Kerstin Gebauer	Europa-Union Deutschland
Nikola Gillhoff	Bundeskanzleramt
Timo Goosmann	Institut für Europäische Politik
Rainer Gronau	Verband der Technischen Überwachungs-Vereine
Detlev Groß	Referat Öffentlichkeitsarbeit Inland, Auswärtiges Amt
Franz-Reinhard Habel	Deutscher Städte- und Gemeindebund
Harald Händel	Leiter der Pressestelle, Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
Margot Helmbach	Deutscher Bundestag
Dr. Thorsten Hemming	Vertretung des Freistaates Bayern beim Bund
Cita Högnabba	Botschaftsrätin für Presse, Botschaft von Finnland
Kristina Hondrila	EurActiv.com Brüssel
Claudia Huber	Hamburg Media School
Bernd Hüttemann	Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland
Annet Jagiela	FU Berlin
Waltraud Jahn-Hommer	Leiterin Referat Öffentlichkeitsarbeit Europa, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
Peter Japelj	Botschaft der Republik Slowenien
Stefan Kägebein	Politikfabrik
Dagmar Kaiser	Bundesministerium für Gesundheit
Christian Keune	Senatskanzlei des Regierenden Bürgermeisters von Berlin
Dr. Ulrich Klöckner	Leiter Referat Öffentlichkeitsarbeit Inland, Auswärtiges Amt
Ulrike Kopetzky	Freie Journalistin
Kerstin Kowol	Vertretung des Saarlandes beim Bund
Michaela Küchler	Bundeskanzleramt
Gesa-S. Kuhle	Institut für Europäische Politik
Marcus Kunath	Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland
Dr. Athanasius Lambrou	Leiter Presseabteilung, Griechische Botschaft Berlin
Sven Lattemann	Europäisches Informationszentrum Niedersachsen
Christiane Lemcke	FDP-Europabüro im Deutschen Bundestag
Tanja Leppik	Erich-Brost-Institut Dortmund

<b>Adriana Lettrari</b>	Europa-Netzwerk Dialog '09
<b>Walter Liedtke</b>	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
<b>Christoph Linden</b>	Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland
<b>Dagmar Lubomirski</b>	Verband der Chemischen Industrie
<b>Hans Peter Mallkowsky</b>	Ministerium für Justiz, Arbeit und Europa Schleswig-Holstein
<b>Regina Maltry</b>	Vertretung des Landes Rheinland-Pfalz beim Bund und bei der EU
<b>Peter Martin</b>	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
<b>Martina Moebus</b>	Senatskanzlei des Regierenden Bürgermeisters von Berlin
<b>Dr. Nicolas Moll</b>	Deutsch-Französisches Jugendwerk
<b>Frank Morawietz</b>	Deutsch-Französisches Jugendwerk
<b>Christof Müller</b>	Europa-Union Deutschland
<b>Jörg Uwe Pauli</b>	Presse- und Informationsstab, Bundesministerium der Verteidigung
<b>Michael Popp</b>	Vertretung der EU-Kommission in Deutschland
<b>Jens Pottharst</b>	Europäisches Parlament - Informationsbüro für Deutschland
<b>Nikola Richter</b>	ifa - Institut für Auslandsbeziehungen
<b>Finn Rieder</b>	Bundesverband deutscher Banken
<b>Benoit Roussel</b>	Stiftung Wissenschaft und Politik
<b>Prof. Dr. Annamaria Rucktäschel</b>	Universität der Künste Berlin
<b>Matthias Rumpf</b>	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
<b>Annette Sach</b>	Redakteurin Europa, Das Parlament
<b>Prof. Dr. Klaus Schönbach</b>	BBDO-Lehrstuhl für Medienwissenschaft Zeppelin University Friedrichshafen sowie Lehrstuhl für Allgemeine Kommunikationswissenschaft Universität Amsterdam
<b>Sabine Schreiber</b>	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
<b>Claudius Schröder</b>	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
<b>Helmut Schuchardt</b>	Landeszentrale für politische Bildung Thüringen
<b>Steffen Schulz</b>	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
<b>Robert Sedlak</b>	Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland
<b>Andrea Seifert</b>	Radio Corax Europaradio Halle
<b>Dr. Thomas Steg</b>	Stv. Sprecher der Bundesregierung und Stv. Leiter des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung
<b>Tim Steinhauer</b>	Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation
<b>Florian Strasser</b>	Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland
<b>Lutz Strelbel</b>	Junge Europäische Föderalisten
<b>Michael Stempel</b>	ARD-Studio Brüssel
<b>Silke Taurus</b>	Referat EU-Angelegenheiten, Staatskanzlei Sachsen-Anhalt
<b>Dr. Slawomir Tryc</b>	Leiter der Kulturabteilung, Botschaft der Republik Polen
<b>Silvia Uplegger</b>	Büro Rainer Steenblock MdB, Deutscher Bundestag
<b>Sonja Volkmann-Schluck</b>	SWR Hörfunk Redaktion Wirtschaft und Soziales
<b>Matthias Weidemann</b>	europatermine.de
<b>Markus Weidling</b>	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
<b>Nina Wichmann</b>	Goethe-Institut
<b>Danyel Wiegleb</b>	Referat Öffentlichkeitsarbeit Europa, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
<b>Kerstin Wintermeyer</b>	Redakteurin Politik und Wirtschaft, SUPERillu
<b>Dr. Thomas Zielke</b>	Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
<b>Dr. Walter Zöllner</b>	SPD-Bundestagsfraktion



*Netzwerk  
Europäische Bewegung  
Deutschland*



Presse- und Informationsamt  
der Bundesregierung

Netzwerk Europäische Bewegung Deutschland

[netzwerk@europaeische-bewegung.de](mailto:netzwerk@europaeische-bewegung.de)  
[www.europaeische-bewegung.de](http://www.europaeische-bewegung.de)

