|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **C:\Users\mreg\Music\New LOGO CoR\Logo\logo_CoR-vertical-positive-de-quadri_MR.jpg** |  |  |

**Die Europäische Union muss ihren Bürgern dienen**

**Kommunikationsplan   
des Europäischen Ausschusses der Regionen   
für das Jahr 2017**

Dieses Dokument wird dem Präsidium des Europäischen Ausschusses der Regionen am 6. Dezember 2016 vorgelegt.

# **Hintergrund**

Es handelt sich hierbei um den zweiten jährlichen Kommunikationsplan, der dem Präsidium des Europäischen Ausschusses der Regionen (AdR) als Teil der [**Kommunikationsstrategie 2015-2020**](http://www.toad.cor.europa.eu/AgendaDocuments.aspx?pmi=RmFYXXWy9u%2frX9gNAmENUi8gZIggfXu7WPJeH5l+95Y%3d&ViewDoc=true) zur Genehmigung vorgelegt wird. In dieser Strategie wurde betont, dass Europa seinen Bürgern wieder nähergebracht werden muss, und zwar mittels einer Zwei-Wege-Kommunikation, die ihren Schwerpunkt auf den Mitgliedern des AdR hat, und im Rahmen derer eine Synergie mit lokalen und regionalen Regierungen gebildet wird und eine Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission, dem Europäischen Parlament und dem Rat stattfindet.

Wie bereits 2016 wird in diesem **Kommunikationsplan** eine begrenzte Zahl thematischer Prioritäten festgelegt, die den politischen Prioritäten des AdR sowie den thematischen Prioritäten seiner Fachkommissionen und den Kommunikationstätigkeiten der Fraktionen im AdR für den Zeitraum 2015-2020 entsprechen. Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit des AdR mit anderen EU-Institutionen, vor allem mit dem Europäischen Parlament und der Europäischen Kommission, berücksichtigt.

Der Plan wurde unter Berücksichtigung der vorläufigen Ergebnisse des Kommunikationsplans 2016 entworfen. Die endgültige Fassung wird dem AdR-Präsidium am 22. Februar 2017 vorgelegt. Die haushaltstechnischen Aspekte dieses Plans wurden der Kommission für Finanz- und Verwaltungsfragen des AdR am 14. November 2016 vorgelegt. Im Hinblick auf die Präsidiumssitzung im Juli 017 werden die Wirkungen der Strategie und ihrer Umsetzung von unabhängiger Seite bewertet werden.

# **Kommunikation über die politischen Prioritäten des AdR für den Zeitraum 2015-2020**

Die Kommunikationsaktivitäten des AdR beziehen sich auf die **fünf politischen Prioritäten des AdR für den Zeitraum 2015-2020**, wie sie im Juni 2015 verabschiedet wurden:

1. ein Neuanfang für die europäische Wirtschaft,
2. die Bedeutung der territorialen Dimension für die EU-Rechtsvorschriften,
3. ein einfacheres, stärker vernetztes Europa,
4. Stabilität und Zusammenarbeit innerhalb und außerhalb der Europäischen Union,
5. das Europa der Bürger ist das Europa der Zukunft.

Die Direktion Kommunikation wird für eine adäquate Presseberichterstattung über die Legislativtätigkeit und die institutionellen Aktivitäten in diesen fünf Bereichen sorgen und die Verfügbarkeit der wichtigsten Informationen zu Stellungnahmen und anderen institutionellen Initiativen sicherstellen, indem sie das am besten geeignete Kommunikationswerkzeug auf integrierte Weise für diejenigen Tätigkeiten nutzt, die die größtmögliche Wirkung versprechen. In Anbetracht der begrenzten Ressourcen wird der richtige Medienmix unter Nutzung des AdR-Pressedienstes, audiovisueller Medien, von Veranstaltungen, des Internetportals, sozialer Medien und von Veröffentlichungen unter Berücksichtigung des Informationswerts, der politischen und institutionellen Relevanz sowie der potenziellen, in der Strategie identifizierten Zielgruppen zusammengestellt.

Der politische Kontext hat sich im Jahr 2016 tiefgreifend gewandelt. Insbesondere markierte die Plenartagung des AdR am 11. Oktober 2016 den Beginn der wichtigen politischen Initiative, „[Gedanken zur EU, ihrer Gegenwart und ihrer Zukunft](https://toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CDE%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_DE.docx&docid=3192523)“, in der erwogen wird, die Kommunikationsaktivitäten, einschließlich Bürgerdialogen, lokalen Veranstaltungen und weiteren Maßnahmen im Bereich der Kommunikation, grundlegend zu ändern und das Hauptaugenmerk darauf zu richten, den Menschen vor Ort Gehör zu schenken und Rückmeldung an Brüssel zu geben. Die politische Führung des Europäischen Ausschusses der Regionen will mit Blick auf den 60. Jahrestag der Unterzeichnung des Vertrags von Rom und darüber hinaus das Vertrauen wiederherstellen und ein bürgernäheres Europa schaffen. Dies ist das Herzstück der auf fünf Jahre angelegten Kommunikationsstrategie mit dem Titel „Europa seinen Bürgern wieder näherbringen: durch einen Dialog zwischen der lokalen und der EU-Ebene“.

Aufgrund der zwingenden Notwendigkeit, sich „Gedanken zur EU“ zu machen, sollte dieses Thema zu einem vorrangigen, eigenständigen Kommunikationsthema im Hinblick auf die Umsetzung der politischen Priorität 5 werden. Da die greifbarsten Vorteile der EU in Investitionen, Wachstum und Beschäftigung liegen, wäre ein Neuanfang für die europäische Wirtschaft das zu verfolgende Thema, wenn es um Erreichung der politischen Priorität 1 geht. Und in Anbetracht der Bedenken der Bürger zu Migration und der Integration von Flüchtlingen, sollte dies zum dritten Hauptthema der Kommunikation werden.

# **Die Kommunikationskampagnen 2017**

Auch wenn relevante Aktivitäten der AdR-Mitglieder ebenfalls abgedeckt werden, sollen die Ressourcen auf eine beschränkte Zahl von Themen konzentriert werden, von denen zu erwarten ist, dass sie vor dem Hintergrund der politischen Prioritäten des AdR und dem [Arbeitsprogramm 2017 der Europäischen Kommission](http://ec.europa.eu/atwork/key-documents/index_de.htm) von besonderer Bedeutung sein werden. Wie auch im Jahr 2016 wird ein mitgliederorientierter Ansatz zu einer verstärkten Unterstützung der lokalen Tätigkeiten wie beispielsweise „Bürgerdialogen“ in den Mitgliedstaaten führen. In dieser Hinsicht wird die bestehende Zusammenarbeit und Partnerschaft mit den Institutionen der Europäischen Union weiterentwickelt. Für jede der drei Kampagnen 2017 kommt eine Reihe von Kommunikationswerkzeugen anhand operationeller Fahrpläne zur Anwendung:

* Informationspakete für die Mitglieder des AdR einschließlich Erzählstoff/Leitlinien, Projektbeispielen, Briefings/Informationsblättern, Präsentationen, Infografiken, Videoclips;
* Medien- und Presseaktivitäten einschließlich Medienpartnerschaften, Seminare für Journalisten usw.;
* Internetaktivitäten, audiovisuelle Aktivitäten und Aktivitäten im Bereich soziale Medien;
* Schlüsselveranstaltungen, -konferenzen und -seminare.

Eine detaillierte Aufstellung der Vorschläge für Aktivitäten zu den allgemeinen Prioritäten sowie zu den themenbezogenen Kampagnen findet sich in Anhang I.

## **Kampagne 1: Gedanken zur EU, ihrer Gegenwart und ihrer Zukunft**

Das Ergebnis des Brexit-Referendums im Vereinigten Königreich ist nur ein Zeichen für das historisch niedrige Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger darin, dass die Union ihre Erwartungen erfüllen kann. Es ist unbedingt notwendig, den Bürgern zuzuhören und ihre Standpunkte zu berücksichtigen und dies kann nirgends besser organisiert werden, als auf lokaler Ebene. Eine Zwei-Wege-Kommunikation über Europa nach einem von unten nach oben gerichteten Ansatz beginnt in unseren Rathäusern und die Mitglieder des AdR sind für deren Umsetzung die natürlichen Partner.

Diese Kommunikationspriorität wurde durch eine Aufforderung des Präsidenten des Europäischen Rates, Donald Tusk, an den Präsidenten des AdR im November 2016 sogar noch wichtiger. Tusk bittet hierin den AdR, eine Stellungnahme zum Thema Gedanken zu Europa: die Stimme der regionalen und lokalen Gebietskörperschaften bei der Wiederherstellung des Vertrauens in die Europäische Union) zu erstellen. Der AdR hat diese Bitte positiv aufgenommen und einen politischen Prozess in die Wege geleitet, um eine solche Stellungnahme 2018 nach einem breit angelegten Konsultationsprozess an der Basis zu verabschieden.

Durch intensive Zusammenarbeit mit den anderen EU-Institutionen hat der AdR bereits die Notwendigkeit eines stärker koordinierten und strukturierten Ansatzes für dezentrale Kommunikation deutlich gemacht und z. B. das Ziel „500 Bürgerdialoge bis zur Wahl zum Europäischen Parlament 2019“ erreicht, das er in seiner im Dezember 2014 verabschiedeten Stellungnahme „Europa seinen Bürgern wieder näherbringen“ vorgeschlagen hatte und das jetzt zum Orientierungspunkt bei von der Europäischen Kommission organisierten Veranstaltungen wird.

2017 wird der AdR den Schwerpunkt seiner Arbeit verstärkt auf solche lokalen Veranstaltungen legen, insbesondere auch im Rahmen der vom Europäischen Rat angeforderten Stellungnahme. Er wird seine in den Mitgliedstaaten abzuhaltenden Sitzungen für die Kontaktaufnahme nach außen nutzen und Mitglieder dabei unterstützen, individuelle Bürgerdialoge und Rathausdebatten in ihren Wahlkreisen zu veranstalten. Weiterhin werden AdR-Mitglieder und ihre Stellvertreter ermutigt, Veranstaltungen anderer Organisationen, insbesondere in Zusammenarbeit mit den EU-Institutionen, auf lokaler Ebene zu besuchen, auch um die Aufmerksamkeit im Hinblick auf die Wahl zum Europäischen Parlament 2019 zu erhöhen. Die AdR-Mitglieder/-Stellvertreter werden eingeladen, wann immer möglich gemeinsam mit führenden politischen Persönlichkeiten auf EU-Ebene sowie auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene zur Debatte über die Zukunft der EU beizutragen.

Die Sorgen, Bedürfnisse und Ziele der Bürgerinnen und Bürger, die an diesen lokalen Veranstaltungen teilnehmen, werden an alle EU-Institutionen und nationale Partner durch Kommunikationsmaßnahmen übermittelt und ihre Meinungen für den Europäischen Rat und die allgemeine Legislativarbeit des AdR niedergeschrieben. Die teilnehmenden Bürger, die über die Folgemaßnahmen zu den Bürgerdialogen informiert werden möchten, erhalten unter Einhaltung der bestehenden Datenschutzbestimmungen Rückmeldung.

## **Kampagne 2: Stärkung von Beschäftigung, Wachstum und Investitionen in den Regionen und Städten Europas**

Diese Kampagne, die 2016 begonnen hat, wird fortgesetzt. Sie bezieht sich auf die Notwendigkeit, regionale und lokale Gebietskörperschaften einzubinden, wenn es um öffentliche und private Investitionen, um die Förderung des wirtschaftlichen, sozialen und territorialen Zusammenhalts aller Regionen und Städte in der EU, und um die Förderung des Austausches und des politischen Lernprozesses in dieser Hinsicht geht. 2017 wird die Debatte über den EU-Haushalt nach 2020 beginnen und der AdR wird die Ansicht der Regionen und Städte sowohl in Bezug auf den Haushalt als auch auf folgende Legislativvorschläge präsentieren, insbesondere im Hinblick auf Kohäsionspolitik und ländliche Entwicklung.

Bei den Kommunikationstätigkeiten wird auf Stellungnahmen des AdR, Studien, Seminare, Konferenzen und Veröffentlichungen zurückgegriffen und die entsprechenden Botschaften und Aktivitäten werden ihren Höhepunkt in der allerersten Rede des AdR-Präsidenten zum „Zustand der EU-Gebiete: Regionen, Städte und Gemeinde“ in der 15. Europäischen Woche der Regionen und Städte (9. bis 12. Oktober) finden. Was die Zukunft der Kohäsionspolitik betrifft, so wird ein operativer Fahrplan für diese Kampagne der wichtigste Meilenstein im Bereich Kommunikation sein. Der AdR-Aktionsplan zu Investitionen wird abgestimmt, um so die Verbindung zur Arbeit der Fachkommissionen sicherzustellen.

## **Kampagne 3: Förderung weltweiter Stabilität durch regionale und lokale Zusammenarbeit**

Die Debatten über die lokale Dimension der Außenbeziehungen und Außenpolitik der EU wird 2017 weitergehen. Migration und Integration von Flüchtlingen wird eines der wesentlichen Themen dieser Kampagne sein, die auf dem Forum zu Integration im Dezember 2016 und den vom AdR verabschiedeten Stellungnahmen zu Migrationsthemen aufbauen wird. Andauernde Flüchtlingsströme, die Herausforderungen der Integration und Instabilität in den östlichen und südlichen Nachbarländern der EU stellen weiterhin eine Herausforderung auf allen Regierungsebenen dar. Die Bürgerinnen und Bürger erwarten berechtigterweise, dass Europa in dieser Hinsicht einen wesentlichen Beitrag zu Freiheit, Solidarität und Sicherheit leistet.

Der Klimawandel und das Hinarbeiten auf die COP 22 könnten ebenfalls zu einem wichtigen Bereich werden. Der AdR wird seine politischen Tätigkeiten und seine Netzwerkarbeit zu diesen und verwandten Politikfeldern und Initiativen 2017 fortsetzen, insbesondere durch Vertiefung seiner Kooperation mit regionalen und lokalen Vertretern im Rahmen von ARLEM und COLEAP sowie anderen internationale Organen und Netzwerken.

Die Präsidiumssitzung in Malta im Februar 2017 wird für diese Kampagne ein wichtiges Datum sein. Die Kommunikationstätigkeiten auf der europäischen und lokalen Ebene 2017 sollen dazu beitragen, die Interessenträger und die Öffentlichkeit für diese Fragen zu sensibilisieren, und den Austausch bewährter Vorgehensweisen fördern. Ein operativer Fahrplan mit den wichtigsten Meilensteinen im Bereich Kommunikation wird abgestimmt, um so die Verbindung zur Arbeit der Fachkommissionen sicherzustellen.

# **Kommunikation des AdR 2017: allgemeine und innovative Tätigkeiten**

Der 2016 erstmals angewandte „Kampagnen“-Ansatz, bei dem bei Medienaktivitäten und Veranstaltungen eine begrenzte Anzahl von Themen behandelt werden sollte, erfordert 2017 einen zielgerichteteren Rahmen. In dieser Hinsicht werden die Aufgabenbeschreibungen für die Kampagnenmanager spezifischer sein und die Arbeit dienstübergreifender Kampagnenteams enthalten. Die Kommunikatorengruppe sollte weiterentwickelt werden, um zu einem informellen Netzwerk für Überlegungen, Bestandsaufnahme und Austausch von Kommunikationstätigkeiten während des Jahres zu werden. 2017 wird eine Haushaltsreserve von 10 % genutzt werden, um innovative Ansätze in der Kommunikation zu testen, z. B. Crossmedia-Konzepte sowie die externe Wirkungsevaluation.

Die Prioritäten 2017, aufgeteilt nach Referaten:

**Beziehungen zu Presse und Medien:**

Das Referat umfasst ein Team von Pressereferenten sowie ein Team für die audiovisuellen Dienste, das Videos und Fotos produziert und verbreitet. Dank seiner Zusammenarbeit mit den anderen Dienststellen und der Verwaltung ist der Kommunikationsplaner des AdR immer auf dem Laufenden und integriert alle Kommunikationstätigkeiten über einen Zeitraum von mehreren Monaten. Die Pressereferenten konzentrieren sich auf die Arbeit der Fachkommissionen, der in Brüssel stationierten Korrespondenten und die Medien in einem oder mehreren Ländern. Das Team für die audiovisuellen Dienste produziert AV-Material für Verwendung durch die Medien und Nutzung in den sozialen Medien. Es deckt die wesentlichen, in der Geschäftsordnung vorgesehenen Veranstaltungen des AdR sowie die Veranstaltungen zur Kontaktaufnahme ab und pflegt Beziehungen zu europäischen, nationalen, regionalen und lokalen TV-Sendern. Die Prioritäten 2017 sind unter anderem folgende:

* **Medienpartnerschaften:** In Anbetracht des Erfolgs bestehender Partnerschaften (Spanien, Italien, Polen) das Einzugsgebiet um ein oder zwei zusätzliche Länder erweitern und weitere kurzfristige kampagnen- oder veranstaltungsbasierte Partnerschaften testen.
* **Einladung von Journalisten:** Vor dem Hintergrund der oben genannten Priorität und den begrenzten Ressourcen werden Journalisten schwerpunktmäßig zu Plenarsitzungen und den wichtigsten Veranstaltungen eingeladen (insbesondere diejenigen Veranstaltungen, bei denen in der Vergangenheit ein erhebliches Kommunikationspotenzial unter Einbeziehung der Mitglieder bestand).
* **Audiovisuelle Produktionen:** Im Hinblick auf die begrenzte Reichweite von Einzelinterviews wird die Anzahl der Produktionen reduziert. Der Fokus wird auf zusammenfassender Berichterstattung aus Plenarsitzungen und neuen informativen Formaten liegen, wie beispielsweise themenspezifischen Dossiers mit Präsentation einer begrenzten Anzahl an Meinungen.

**Veranstaltungen:**

Zwei für die Veranstaltung von Konferenzen zuständige Teams und ein Team für den Besucherdienst legen Konzepte und Qualitätsstandards vor und bieten Beratung im Zusammenhang mit der Planung von Veranstaltungen – für die Dienststellen des AdR und im Kontext lokaler Veranstaltungen. In Bezug auf Letztere und mitorganisierte Konferenzen externer Veranstalter gilt ein Verfahren, in das alle Dienststellen des AdR eingebunden sind. Der Besucherdienst verwaltet Besuchsanfragen, kümmert sich um die logistische Vorbereitung und Planung, koordiniert das Team der öffentlichen Referenten und arbeitet mit den Besucherdiensten anderer EU-Institutionen zusammen. Die Prioritäten 2017 sind unter anderem folgende:

* **Europäische Woche der Regionen und Städte:** Neukonzeption des Formats der Eröffnungssitzung, Entwicklung einer öffentlichkeitsfördernden Strategie für die neue jährliche Rede zur „Lage der Gebietskörperschaften der EU: Regionen, Städte, Gemeinden“, die der AdR-Präsident hält, und eine thematische und organisatorische Neuausrichtung der Veranstaltung.
* **EuroPCom:** Planung der Veranstaltung im Jahr 2017 für November anstatt in der Woche nach der EWRS, ein erhöhtes Maß an Interaktivität und verstärkte Projektumsetzung durch lokale Gebietskörperschaften in Zusammenarbeit mit den Vertretungen der Kommission, den Informationsbüros des Europäischen Parlaments und den Europe-Direct-Informationszentren. Die Schlussfolgerungen und Vorschläge, die im Rahmen von EuroPCom entstehen, sollten in die Arbeit des AdR einfließen.
* **Lokale Veranstaltungen/Bürgerdialoge:** Das 2016 eingeführte Konzept wird erweitert und die Zusammenarbeit mit den lokalen Gebietskörperschaften und den EU‑Institutionen verstärkt.

**Veröffentlichungen, soziale und digitale Kommunikation:**

Zu den allgemeinen Diensten gehört die Brückenbildung zwischen den AdR-Mitgliedern und ihren Kommunen auf der einen und den EU-Institutionen in Brüssel auf der anderen Seite. Zu diesem Zweck kommen vielfältige digitale Kanäle und soziale Medien wie auch gedruckte und elektronische Veröffentlichungen zum Einsatz. Darüber hinaus werden digitale Inhalte beständig weiterentwickelt. AdR-Mitglieder und Kollegen im AdR und in den EU-Institutionen erhalten Beratung und die Möglichkeit des Austausches über webbasierte Kommunikation, soziale Medien und Veröffentlichungen. Die Prioritäten 2017 sind unter anderem folgende:

* **Veranstaltungen im Online-Bereich:** Ausprobieren weiterer Optionen für eine erhöhte Online-Reichweite von AdR-Veranstaltungen, einschließlich Interaktion mit Online-Lesern; Lehren und Erkenntnisse aus dem Online-Kurs 2016 (MOOC) und Konsolidierung der Zusammenarbeit mit anderen EU-Institutionen im Bereich Online-Lernen.
* **Veröffentlichungen:** Digitalisierung des Mitteilungsblatts „Regionen und Gemeinden Europas“ und Zusammenführung mit den eNewslettern.
* **Visuelle Identität:** Anwendung der neuen Grafikcharta in allen Veröffentlichungen und schrittweises Ersetzen aller nicht institutionellen Logos bis Mitte 2017.
* **Web:** Auf die Neugestaltung der Homepage und Anwendung des neuen AdR-Logos auf allen Seiten wird eine Priorisierung der Seiten in Abhängigkeit von der Menge des Datenverkehrs folgen. Das Augenmerk wird auf die Vorbereitungen für eine vollständige Überarbeitung im Jahr 2018, einschließlich zugehöriger interner Arbeitsabläufe und der Integration ausgelagerter Internetseiten, gerichtet.
* **Soziale Medien:** Empfehlungen im Bereich der sozialen Medien an die AdR-Mitglieder, einschließlich Schulungen, und der Verhaltenskodex für AdR-Personal werden eingeführt. Die offiziellen AdR-Konten auf verschiedenen Kanälen werden konsolidiert.

**Negative Prioritäten**

Im Sinne einer Bündelung der Ressourcen wird der AdR nicht in der Lage sein, auf jede Aktivität zu jedem Thema auf jeder Ebene aufmerksam zu machen. Es wird wichtig sein, vorhandene Ressourcen nach institutionellen Prioritäten und leistungsbezogener Haushaltsplanung zu verteilen.

# **Evaluierung und Wirkungsanalyse**

2017 wird die Überwachung und Evaluierung von Kommunikationsaktivitäten konsolidiert und besser integriert werden. Bestehende Berichte über Medien, Veranstaltungen, Online-Reichweite und Ergebnisse werden mit dem Ziel harmonisiert werden, umfassende Monatsberichte für das AdR-Management und die Fraktionen bereitzustellen. Außerdem sollen Untersuchungen spezifischer Aktivitäten und Instrumente wie Info-Pakete, Presse- und Medienaktivitäten, Veranstaltungen sowie Web- und Online-Werkzeuge mit den relevanten Zielgruppen vorgenommen werden. Die zugehörigen Indikatoren sind in Anhang II aufgeführt.

Vor der zweiten Jahreshälfte 2017 wird eine **externe Evaluierung** der Kommunikationsstrategie 2015-2020 des AdR mittels einer Online-Umfrage in Kombination mit Interviews mit den Zielgruppen stattfinden, um die Wirkung der Kommunikationspläne 2015 und 2016 und die Fünf-Jahres-Strategie zu bewerten.

In der **Online-Umfrage** werden regionale und lokale Interessenträger (einschließlich der Mitglieder) gefragt, ob sie

* die Kommunikationsaktivitäten zu den drei themenbezogenen Kampagnen gesehen/gehört haben (Zielvorgabe: 50 Prozent; keine Referenzdaten verfügbar);
* der Auffassung sind, dass der AdR als Einrichtung den EU-Politikgestaltungsprozess aus der lokalen bzw. regionalen Perspektive beeinflusst (Zielvorgabe: Durchschnittswert von 3,5 auf einer Skala von 5; Referenzwert 2015: 3,15);
* die vom AdR bereitgestellten Kommunikationsdienste und -werkzeuge nützlich finden.

In den **Interviews** (ein Sample aus AdR-Mitgliedern, Partnern aus den EU-Institutionen sowie regionalen und lokalen Interessenträgern) soll evaluiert werden, wie die Kommunikationsaktivitäten und insbesondere jene im Rahmen der drei themenbezogenen Kampagnen, wahrgenommen werden (Wahrnehmung, Einbindung, Bewertung). Dieses Vorhaben wird 2019 wiederholt.

# **Ressourcen und Haushalt**

Der Kommunikationsplan 2017 soll mit vergleichbaren Ressourcen wie in den vergangenen Jahren umgesetzt werden. Die Direktion Kommunikation des AdR hat derzeit 51 Mitarbeiter. Die Kommunikationsaktivitäten werden mit anderen Dienststellen und den Sekretariaten der Fraktionen abgestimmt.

2017 wird der Jahresetat bei 1 935 629 EUR liegen, verteilt über vier Haushaltslinien:

* 439 850 EUR für die Organisation von Veranstaltungen (in Brüssel oder an einem anderen Ort) in Zusammenarbeit mit den lokalen und regionalen Gebietskörperschaften, ihren Verbänden und den anderen Institutionen der Union (Haushaltslinie 2542);
* 682 210 EUR für Medienkontakte zu europäischen, nationalen, regionalen, lokalen und Fachmedien und Partnerschaften mit audiovisuellen Medien, der Presse oder Hörfunksendern (Haushaltslinie 2600);
* 774 471 EUR für die Erzeugung digitaler Inhalte und die Verteilung von audiovisuellem, elektronischem oder webbasiertem Informationsmaterial (Haushaltslinie 2602);
* 39 098 EUR für Ausgaben für Dokumentation und Bibliothek, einschließlich Abonnements von Fachmedien (Haushaltslinie 2622).

Eine detailliertere Aufschlüsselung der Mittel in einzelne Haushaltsposten und Aktivitätsbereiche wurde der CAFA am 14. November 2016 vorgelegt.

\*

\* \*

**Anhang I – Überblick über spezifische Kommunikationsaktivitäten im Jahr 2017**

**Presse und Medien**

* Erarbeitung **„mitgliederzentrierten“ Erzählmaterials**, das es echten Politikern ermöglicht, echten Menschen echte Erfolgsgeschichten zu erzählen.
* Entwicklung und Umsetzung gezielter **Presse- und Medienaktivitäten zu den themenbezogenen Kampagnen** in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Parlament, dem Rat der EU und der Europäischen Kommission.
* Weiterentwicklung des bestehenden Konzepts für **Medienpartnerschaften** mit nationalen Nachrichtenagenturen sowie Prüfung der Möglichkeiten für neue Ad-hoc-Partnerschaften anlässlich der Organisation spezifischer Veranstaltungen (z. B. lokale Veranstaltungen im Rahmen von Leitinitiativen).
* weitere Konsolidierung der Dienstleistungen des neuen **audiovisuellen Teams** durch Synergien mit den Dienststellen der anderen EU-Institutionen und Kontakte zu den nationalen/regionalen Rundfunk- und Fernsehanstalten.

**Veranstaltungen**

* Organisation von **lokalen Veranstaltungen** im Rahmen der „[Gedanken zur EU, ihrer Gegenwart und ihrer Zukunft](http://www.toad.cor.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=obsolete%5CDE%5CCOR-2016-03179-02-00-PSP-TRA_DE.docx&docid=3192523)“.
* Organisation der **15. Europäischen Woche der Regionen und Städte** vom 9. bis 12. Oktober 2017 in Brüssel, in Zusammenarbeit mit der GD REGIO der Europäischen Kommission und mehr als 180 Regionen und Städten der EU. In diesem Rahmen wird als Folgemaßnahme zu den „Gedanken zur EU, ihrer Gegenwart und ihrer Zukunft“ der erste Bericht über die „Lage der Regionen, Städte und Gemeinden in der EU“ präsentiert werden.
* Mitorganisation von und Gastgeberrolle bei **Veranstaltungen in den Räumlichkeiten des AdR** zu sorgfältig ausgewählten Themenschwerpunkten, z. B. am Rande der AdR-Plenartagungen und in Zusammenarbeit mit den relevanten Generaldirektionen der Europäischen Kommission und anderen Interessenträgern.
* Organisation der **8. Europäischen Konferenz zur öffentlichen Kommunikation (EuroPCom)** zum Thema „Vernetzung europäischer Debatten“ (vorbehaltlich Bestätigung) im November 2017 in Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission, dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss.
* Nutzung bestehender und neuer **Kommunikationsaktivitäten der lokalen und regionalen Gebietskörperschaften und ihrer Verbände, der Europe-Direct-Informationszentren, der Vertretungen der Europäischen Kommission in den Mitgliedstaaten sowie der Informationsbüros des Europäischen Parlaments** und anderer Netzwerke.Entwicklung von „Geschäftsszenarien“ und Erstellung strategischer Vergleiche zur Förderung einer solchen Zusammenarbeit auf thematischer oder geografischer Ebene und dem Vorschlag, dass jedes AdR-Mitglied über das Jahr an mindestens zwei lokalen Veranstaltungen in Form eines Bürgerdialogs oder Dialogs mit Interessenträgern zu diesem thematischen Schwerpunkt teilnimmt.

**Online-Inhalte, Inhalte sozialer Medien und digitale Inhalte**

* Vollendung der Digitalisierung von Veröffentlichungen gemäß der vom Präsidium am 10. Oktober 2016 angenommen **digitalen Kommunikationsstrategie**. Mit Blick auf die Reichweite-Kosten-Analyse und die Notwendigkeit, mehr Material für die nationalen Delegationen bereitzustellen, wird das Mitteilungsblatt Regionen und Gemeinden (Papierausgabe) in das e-Newsletter-System integriert.
* Verbesserung der Wirkung von Inhalten auf der Grundlage eines **Hörwerkzeuge für soziale Medien und eines interinstitutionellen Werkzeugs für Online-Statistiken**, das die Überwachung der Wirkung und die ständige Anpassung der Inhalte ermöglicht. Abgesehen von dem Abschnitt über den Präsidenten (linke Seite) und den Mitgliedern (Mitte) werden auf der Startseite diejenigen Aktivitäten aus den Nachrichten, Veranstaltungen, Stellungnahmen usw. aufscheinen, die am meisten aufgerufen wurden. („benutzergesteuerte Inhalte“). Links zu den Internetauftritten der Fraktionen werden ebenfalls integriert.
* Festlegung der Funktionsbeschreibung und der **grafischen Gestaltung des künftigen Internetportals des AdR**.
* Organisation einer weiteren Reihe „**digitaler Veranstaltungen**“ unter Nutzung des Modells des offenen Online-Kurses (Massive Open Online Course – MOOC), das 2015 und 2016 angewandt und bewertet wurde.
* Erreichung der Zielgruppen mithilfe von **Innovationen** über die am besten geeigneten Kanäle, sei es über soziale Medien, E-Mail-Kommunikation, Online-Veröffentlichungen oder digitale Veröffentlichungen.

\*

\* \*

**Anhang II – Ergebnisindikatoren**

**Beziehungen zu Presse und Medien**

* Es werden Medienberichte erstellt, entweder monatlich oder nach Plenartagungen und wichtigen Veranstaltungen. In diesen Berichten werden Ergebnisse in Bezug auf die mediale Aufmerksamkeit und die zielgruppenspezifische Reichweite, unter anderem durch audiovisuelle Medien, präsentiert. Diese Berichte werden auch nach Themen und Ländern aufgeschlüsselte qualitative Analysen enthalten.

**Veranstaltungen**

* Wie in der Vergangenheit werden Ergebnisse und die Wirkung zentraler Veranstaltungen des AdR durch Evaluierungen und Berichte dokumentiert. Neben Umfragen zur Teilnehmerzufriedenheit werden Informationen über die Folgen von AdR-Veranstaltungen Bestandteil dieser Evaluierungen sein, z. B. in Bezug auf die Folgemaßnahmen lokaler Gebietskörperschaften.

**Veröffentlichungen, Online-Medien und soziale Medien**

* Es werden Medienberichte erstellt, entweder monatlich oder nach Plenartagungen und wichtigen Veranstaltungen. In diesen Berichten werden Ergebnisse zur zielgruppenspezifischen Reichweite präsentiert. Darüber hinaus werden bestehende und neue Instrumente eingesetzt, um die Nutzung der Veröffentlichungen des AdR und von Online-Quellen besser zu verfolgen. Gegebenenfalls erfolgen spezielle Evaluierungen, um die Brauchbarkeit der gedruckten und webbasierten Veröffentlichungen des AdR zu erhöhen.

\*

\* \*

**Anhang III – Struktur, Aufgaben und Bedienstete der Direktion Kommunikation**

Die Direktion Kommunikation (D) ist für die einzelnen Kommunikationswerkzeuge des AdR wie Medienbeziehungen, Konferenzen und Veranstaltungen, digitale Kommunikation einschließlich der Web-Kommunikation und der Kommunikation in den sozialen Medien sowie für Veröffentlichungen zuständig. Sie hat insgesamt 51 Mitarbeiter (22 AD, 20 AST, 2 END, 7 CA). Auf der Managementebene der Direktion (2 AD, 3 AST, 1 CA) ist auch ein Team zur Überwachung des Kommunikationshaushalts tätig. Die drei Referate der Direktion führen mit den angegebenen Mitarbeitern folgende Aufgaben aus:

* **Referat D.1 – Pressereferenten und Beziehungen zu den Medien:** Das Referat (10 AD, 3 AST, 2 CA) unterstützt die Mitglieder und die Dienststellen des AdR durch die Pflege von Presse- und Medienbeziehungen und durch die Bereitstellung audiovisueller Dienste. Es umfasst ein Team von Pressereferenten sowie ein Team für audiovisuelle Dienste, das Videos und Fotos produziert und verbreitet.
* **Referat D.2 – Veranstaltungen:** Das Referat (5 AD, 7 AST, 2 END) unterstützt die Mitglieder und Dienststellen des AdR durch die Organisation von Veranstaltungen. Es umfasst ein Team für die Organisation der jährlichen Europäischen Woche der Regionen und Städte, ein für die Veranstaltung von Konferenzen zuständiges Team sowie ein Team für den Besucherdienst.
* **Referat D.3 – Soziale und digitale Medien, Veröffentlichungen:** Das Referat (5 AD, 7 AST, 4 CA) unterstützt die Mitglieder und Dienststellen des AdR durch Kommunikation in den sozialen und digitalen Medien, die Erstellung von Publikationen und durch Grafikdesign. Es umfasst zwei Teams, die jeweils für soziale und digitale Medien sowie für Veröffentlichungen zuständig sind.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_