

DE

DE

DE



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 21/12/07
SEC(2007) 1742

MITTEILUNG AN DIE KOMMISSION

**Das Internet als Medium für die Kommunikation über Europa –
die Bürgerinnen und Bürger einbeziehen**

SEC/2007/1742

MITTEILUNG AN DIE KOMMISSION

Das Internet als Medium für die Kommunikation über Europa – die Bürgerinnen und Bürger einbeziehen

1. Einleitung

2. Das Internet: Medium für die Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger

2.1. Aktuelle Entwicklungen

2.2. Werkzeug für Politik und Demokratie

3. EUROPA: Eine Strategie für die Verbesserung der Website

3.1. Stand der Dinge und Herausforderungen

3.2. Bisherige Ergebnisse und Änderungsvorschläge

3.2.1. Management

3.2.2. Redaktionelle Inhalte

3.2.3. Technische Fragen

4. Internet-Kommunikation außerhalb von EUROPA

5. Ressourcen

ANHÄNGE

1. Einleitung

Die Europäische Kommission hat sehr früh mit der Nutzung des Internets begonnen. Die Website EUROPA wurde im Februar 1995 im Rahmen der von der Kommission veranstalteten G7-Ministerkonferenz über die Informationsgesellschaft lanciert. Rasch wurde die Website zum Einstiegsportal für Informationen über die EU und deren Aktivitäten und Politikbereiche. 2001 nahm die Kommission die EUROPA-II-Mitteilung¹ an, in der sie dem Internet bei der Kommunikation im Rahmen des Programms „elektronische Kommission“ einen hohen Stellenwert einräumte.

Seitdem spielt das Internet im täglichen Leben der EU-Bürger eine immer wichtigere Rolle. Mehr als die Hälfte der Bevölkerung in der EU verfügt über einen Zugang zum Internet, das als Medium für die Kommunikation und den Meinungs austausch immer bedeutender wird. Dies hat wiederum Regierungen, öffentlichen Einrichtungen und Politikern neue Möglichkeiten dafür eröffnet, mit den Bürgern in Kontakt zu treten und ihre Beteiligung an der Demokratie zu fördern: Das Potenzial, die Öffentlichkeit über das Internet zu erreichen, ist praktisch unerschöpflich. Auch hat das Internet neue Kanäle geschaffen, über die die Bürger ihre Meinung zum Ausdruck bringen und sich an der Demokratie beteiligen können.

Um diesen Veränderungen Rechnung zu tragen und die Chancen der Internet-Kultur und der Kommunikation über das Internet zu nutzen, ist es nun an der Zeit, dass die Kommission eine neue Strategie zur Nutzung des Internets auf den Weg bringt. Dies ist in zweierlei Hinsicht eine Herausforderung: Einerseits muss die Kommission die Website EUROPA neu gestalten; andererseits muss sie auf anderen Websites das Interesse an der EU wecken, um die Diskussion über die Europäische Union auszuweiten.

Die vorliegende Strategie knüpft an die kürzlich veröffentlichte Mitteilung der Kommission „Partnerschaft für die Kommunikation über Europa“² an. Die Strategie ist nur eine von vielen Maßnahmen, um sicherzustellen, dass das Recht der Bürger auf Information über EU-Themen Wirklichkeit wird.

Das Internet kann den EU-Institutionen dabei helfen, die öffentliche Meinung zu verstehen, denn es unterstützt eine echte öffentliche Debatte auf europäischer Ebene. Menschen aus verschiedenen Ländern, die sich gegenseitig als EU-Bürger mit einem legitimen Mitspracherecht anerkennen, diskutieren offen und in Echtzeit über Themen von gemeinsamem Interesse. Die Kommission muss problematische Themen rascher erkennen und erforderlichenfalls angemessen reagieren.

¹ Mitteilung von Präsident Prodi im Einvernehmen mit Vizepräsident Kinnock und Herrn Liikanen: Auf dem Weg zur „elektronischen Kommission“ (EUROPA ZWEITE GENERATION), C(2001) 1753 vom 6.7.2001.

² „Partnerschaft für die Kommunikation über Europa“, von der Kommission am 3. Oktober 2007 angenommen (KOM(2007) 568).

2. Das Internet: Medium für die Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger

2.1. Aktuelle Entwicklungen

Die Internetbenutzer von heute verwenden das Internet für verschiedene Zwecke: Sie tauschen Informationen, Neuigkeiten und Meinungen aus, entwickeln gemeinsam Internet-Tools und Software, testen neue Designs, laden Musik und Filme herunter und hoch usw. Das auf Internet-, Medien- und Marktforschung spezialisierte Unternehmen Nielsen//NetRatings hat unlängst eine Studie³ durchgeführt, die zeigt, dass die britischen Benutzer die meiste Zeit im Internet damit verbringen, Nachrichten mittels Instant-Messaging-Systemen zu versenden, Websites von Online-Communities zu besuchen und E-Mail-Konten zu nutzen. Aus einer anderen Studie⁴ geht hervor, dass 60 % der Internetbenutzer in der EU Blogs lesen oder schreiben, Podcasts anhören, RSS-Newsfeeds⁵ verwenden oder an Online-Diskussionen teilnehmen.

Die genannten Studien veranschaulichen, dass sich das Internet von einer reinen Informationsquelle zu einem Mittel für die wechselseitige Kommunikation und die Interaktion entwickelt hat. Mit dem Internet können die Menschen näher zusammenrücken. Der Stellenwert von Websites, die lediglich Informationen enthalten, sowie von E-Mail-Systemen sinkt, weil diese zu statisch sind. Am erfolgreichsten sind immer häufiger Websites der Generation „Web 2.0“, die die Benutzer möglichst umfassend und möglichst interaktiv einbeziehen. Bekannte Formen der Web-2.0-Technologie sind Blogs, Wikis, Podcasts, Filesharing, auf Abruf verfügbare Videos, Open-Source-Software und RSS-Newsfeeds.

Das Internet sollte jedoch kein regelfreier Raum sein. Die Benutzer sind für die Daten und Inhalte, die sie im Internet bereitstellen, selbst verantwortlich. Ausgehend von der kollektiven Intelligenz der Benutzer beinhaltet das Web 2.0 ein Element der Selbstregulierung: Je mehr Menschen eine bestimmte Website nutzen, umso genauer wird diese in Augenschein genommen, entsprechend korrigiert und verbessert, und umso beliebter wird sie.

2.2. Werkzeug für Politik und Demokratie

Die Regierungen haben damit begonnen, über das Internet eine Kommunikation in beide Richtungen aufzubauen – Ausdruck einer direkteren Form der Demokratie. Der jüngste Bericht der Kommission über die E-Beteiligung⁶ („eParticipation“) zeigt, dass einige Mitgliedstaaten Initiativen ergriffen haben, um die Bürger unmittelbar in die Entscheidungsfindung einzubeziehen. Insbesondere auf lokaler Ebene können die Bürger in immer mehr Belangen mitreden, etwa im Rahmen von Online-Befragungen und indem sie das Internet interaktiv nutzen.

³ Nielsen//NetRatings, NetView UK, „Home & work data including applications“, Juni 2007.

⁴ Mary Beth Kemp in Zusammenarbeit mit Jaap Favier, Josh Bernoff, Michèle Bouquet und Olesia Klevchuk, „Europeans Have Adopted Social Computing Differently“ (Unterschiede im Social Computing der Europäer), Studie für Forrester.com vom 11.6.2007.

⁵ Gemäß der Internet-Enzyklopädie „Wikipedia“ ist RSS (Really Simple Syndication) ein Format für die Verbreitung häufig aktualisierter Inhalte, wie z. B. Blog-Einträge, Nachrichten oder Podcasts. RSS ermöglicht es dem Benutzer, sich über aktuelle Entwicklungen auf von ihm ausgewählten Websites auf dem Laufenden zu halten, ohne diese Websites manuell aufrufen zu müssen.

⁶ http://ec.europa.eu/information_society/activities/egovernment/policy/eparticipation/docs/national_eparticipation_initiatives.pdf.

Das Internet kann als Motor die Entwicklung von einem Übermaß an Bürokratie hin zu einer bürgerorientierten Denkweise vorantreiben. Ein gutes Beispiel hierfür sind die Bürgerportale in Dänemark, Estland, Frankreich, Irland, Schweden und im Vereinigten Königreich⁷.

Das Internet ändert auch das gesellschaftliche und mediale Umfeld, in dem sich die Regierungen bewegen. Es ist ein leistungsfähiges Instrument für Bürger und Interessensgemeinschaften, um Informationen und Meinungen zu verbreiten, das Bewusstsein für bestimmte Sachverhalte zu schärfen, konkrete Maßnahmen zu organisieren und Druck auf die Entscheidungsträger auszuüben. In dieser Hinsicht wird es das Internet den Menschen erleichtern, Interessierte für die im Vertrag von Lissabon vorgesehene neue „Bürgerinitiative“ zu mobilisieren.

Diese Entwicklungen spiegeln die zunehmende Bedeutung von sozialen Netzen im Internet wider. So besagen zum Beispiel Studien über den Online-Wahlkampf vor der Volksabstimmung, die 2005 in Frankreich über den Vertrag über eine Verfassung für Europa abgehalten wurde, dass die Nichtteilnahme des „Establishments“ an den Online-Diskussionen unter Umständen zum „Nein“ beigetragen hat⁸. Viele politische Parteien haben mittlerweile erkannt, dass das Internet nicht mehr vernachlässigt werden darf – dies gilt sowohl für Öffentlichkeitsarbeit und Informationskampagnen als auch für die Festlegung der politischen Agenda und die Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Einige Politiker haben eigene Blogs und interagieren direkt mit ihrer „Community“. Im laufenden Präsidentschaftswahlkampf in den Vereinigten Staaten nutzen alle Kandidaten aktiv sämtliche großen Web-2.0-Sites, z. B. YouTube (mit seinem Wahl-Channel „YouChoose“⁹) und MySpace, die sich zu wichtigen Instrumenten für die Spendensammlung und die Öffentlichkeitsarbeit entwickelt haben.

Das Internet ist zudem ein alternatives Medium für Journalisten, die auf diesem Weg unabhängig von redaktionellen Beschränkungen eine breitere Öffentlichkeit erreichen können. So dient das Internet vielen in Brüssel tätigen Journalisten, die für Zeitungen arbeiten, die EU-Themen nur wenig Platz einräumen, als alternativer Publikationskanal. Ihre Blogs und Websites mit politischen Nachrichten können zu einer größeren Medienvielfalt beitragen. Mittlerweile gibt es auch immer mehr „Bürgerjournalisten“. So können die Bürger beispielsweise Beiträge von EU-Kommissaren in lokalen Debatten aufzeichnen und diese Aufzeichnungen als Audio- und Videodateien im Internet bereitstellen, so dass sie EU- bzw. weltweit verfügbar sind und verbreitet werden können.

3. EUROPA: Eine Strategie für die Verbesserung der Website

3.1. Stand der Dinge und Herausforderungen

Die Website EUROPA

Die EU-Website EUROPA ist mit mehr als sechs Millionen Dokumenten einer der größten Informationsspeicher der Welt. Die Website wird täglich von 500 000 Benutzern besucht, darunter Juristen, Wissenschaftler, Journalisten, Studierende, Forscher, Vertreter von NRO, Unternehmen und Berufsverbänden, Beamte und sonstige interessierte Bürger. EUROPA

⁷ <http://www.borger.dk/>; <http://www.neti.ee>, <http://www.service-public.fr/>;
<http://www.citizensinformation.ie/categories>; <http://www.sverige.se/>; <http://www.direct.gov.uk/>.

⁸ Service d'information du Gouvernement, Veille Internet (Vortrag).

⁹ <http://www.youtube.com/youchoose>.

deckt sämtliche Organe und anderen Einrichtungen der EU ab. Die Website der Kommission ist Teil der Website EUROPA.

EUROPA wird im Auftrag sämtlicher Organe und Einrichtungen der EU von der Kommission verwaltet. Auf der obersten Ebene der Website sind allgemeine Informationen über die EU (Geschichte, Politik, Institutionen) in allen 23 Amtssprachen zu finden. Ferner umfasst sie institutionsübergreifende Site, z. B. Eur-Lex (Rechtsvorschriften), TED (Ausschreibungen), „EU Whoiswho“ (Verzeichnis der EU-Verwaltung) und den „EU Bookshop“ (Veröffentlichungen).

Der überwiegende Teil des Informationsangebots der Kommission im Internet richtet sich an Zielgruppen innerhalb der EU. Das Internet ist jedoch auf der ganzen Welt verfügbar, und Debatten finden in vielen verschiedenen kulturellen Umfeldern und Sprachen statt. Fast alle der über die ganze Welt verteilten 130 Delegationen der Kommission verfügen über eigene Websites, die zumindest allgemeine Informationen über die EU in den jeweiligen Landessprachen enthalten (größere Delegationen verfügen in der Regel über ein umfassenderes Informationsangebot).

Ziele

Die Ziele der Website EUROPA lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

- Erfüllung der Bedürfnisse von Bürgern mit allgemeinem und/oder beruflichem Interesse an EU-Themen
- Unterstützung von Bürgern, die bestimmte Dienste oder Informationen über ihre Rechte bzw. die über die EU-Politikbereiche benötigen
- Bekanntmachung der Standpunkte der Kommission bei einer möglichst breiten Öffentlichkeit
- Bereitstellung von Möglichkeiten, damit Bürger aus ganz Europa Meinungen zum Ausdruck bringen und austauschen können
- Unterstützung der Entwicklung eines europäischen Gemeinschaftssinns, der das nationale Umfeld ergänzt

Probleme und Chancen

Der Kampf um die Aufmerksamkeit der Internet-Nutzer ist hart, und themenspezifische Websites werden in der Regel nur von Personen besucht, die bereits vorher über ein aktives Interesse am jeweiligen Thema verfügen. Die Website EUROPA ist der Mehrheit der EU-Bürger noch nicht ausreichend bekannt.

Die Kommission bietet bereits eine begrenzte Zahl wirklich interaktiver Dienste an. So spielt beispielsweise die Website zur interaktiven Politikgestaltung seit 2002 eine Vorreiterrolle, und mit dem Online-Diskussionsforum „Debate Europe“ sowie den Blogs einiger Kommissionsmitglieder und einiger Leiter von Kommissionsvertretungen wurden weitere Schritte in Richtung einer wechselseitigen Kommunikation über das Internet unternommen. Außerdem hat die Kommission kürzlich auf YouTube den Channel „EUtube“ eingerichtet. Mit allen diesen Initiativen konnte jeweils ein neues Publikum erreicht werden, bei dem Interesse an einer interaktiven Diskussion geweckt wurde.

Mit dem demnächst (2008) anlaufenden Projekt „Pilot-Informationsnetze“ (PIN) wird die Debatte über Europa-Themen näher an die nationalen Parlamente heranrücken, und es werden Communities entstehen, in denen Mitglieder der europäischen, nationalen und regionalen Parlamente, Journalisten und andere meinungsbildende Persönlichkeiten untereinander Informationen und Wissen im Zusammenhang mit der EU und den EU-Politikbereichen austauschen.

Trotz dieser Erfolge ist die Website EUROPA noch zu stark auf die breit angelegte einseitige Informationsverbreitung ausgerichtet. Es gibt zu wenig Interaktivität und Zusammenarbeit zwischen den Benutzern. Überdies haben die Benutzer oft Schwierigkeiten, sich auf der Website zurechtzufinden, insbesondere aufgrund der Menge der verfügbaren Dokumente, der Tatsache, dass Informationen oft aus der Perspektive der Kommission und nicht aus der Sicht der Benutzer präsentiert werden, und der großen Zahl an Websites und Webseiten einzelner Kommissionsdienststellen.

Die zentrale Herausforderung besteht darin, EUROPA neu zu strukturieren und zu verbessern, so dass die Website ausgiebiger genutzt wird und sich zu einem Knotenpunkt im Internet entwickelt, von dem aus die Benutzer problemlos zu umfassenden themenbezogenen Inhalten gelangen, Inhalte selbst erstellen und sich an Diskussionen beteiligen können. Entsprechend muss sich die Kommission insbesondere mit den Aspekten Management, Inhalte und Qualität sowie technischer Support und Entwicklung befassen.

3.2. Bisherige Ergebnisse und Änderungsvorschläge

3.2.1. Management

Wichtigste zu lösende Probleme

Im Jahr 2001 wurde mit der EUROPA-II-Mitteilung¹⁰ eine Managementstruktur eingerichtet, die heute einige Probleme aufwirft. Hier sind insbesondere folgende Punkte zu nennen:

- Dem Lenkungsausschuss und dem Petitionsausschuss fehlt die Kompetenz, Entscheidungen über die redaktionelle Linie für EUROPA zu treffen und diese bei allen Kommissionsdienststellen durchzusetzen.
- Die in der EUROPA-II-Mitteilung festgelegten Ziele, insbesondere in Bezug auf Web-Portale, wurden nur teilweise erreicht.
- Die EUROPA-II-Ausschüsse¹¹ und das Netz für externe Kommunikation (ECN)¹² arbeiten isoliert voneinander.

Dies hat über die Jahre dazu geführt, dass sehr viele Websites und Webseiten entstanden sind, die keine klare redaktionelle Einheitlichkeit oder eine „Corporate Identity“ erkennen lassen.

¹⁰ Mitteilung von Präsident Prodi im Einvernehmen mit Vizepräsident Kinnock und Herrn Liikanen: Auf dem Weg zur „elektronischen Kommission“ (EUROPA ZWEITE GENERATION), C(2001) 1753 vom 6.7.2001.

¹¹ Lenkungsausschuss (zuständig für die Gesamtkoordination), Redaktionsausschuss (zuständig für die redaktionelle Koordination), Ausschuss für Infrastruktur und Dienste (zuständig für die technische Koordination).

¹² Netz der Leiter der Kommunikationsreferate der GD.

Dass es dem Lenkungsausschuss und dem Redaktionsausschuss an Entscheidungskompetenz mangelt, hat die Kommission bereits 2005 in ihrem Aktionsplan für Kommunikationsarbeit festgestellt. Als Abhilfemaßnahme schlug sie vor, einen Redakteur für die Website EUROPA zu benennen. Nach mehreren Sondierungssitzungen des EUROPA-Lenkungsausschusses, der Mitglieder ECN und einer speziellen Ad-hoc-Gruppe von Generaldirektoren wurde eine neue Managementstruktur vereinbart. Die Notwendigkeit eines Redakteurs wurde bekräftigt, und es wurde Übereinstimmung über die Einrichtung eines Netzes von Internet-Verantwortlichen erzielt.

Ein wichtiger Schritt in Richtung einer einheitlichen „Corporate Identity“ (visuelles Erscheinungsbild und redaktionelle Einheitlichkeit) besteht darin, dass sich alle Generaldirektionen (GD) der Kommission kürzlich auf ein gemeinsames Banner-Design geeinigt haben. Dies wurde auch im neuen Leitfaden für Informationsanbieter (Information Providers Guide; IPG) festgehalten, der in Kürze veröffentlicht wird. Im IPG werden die redaktionellen, optischen und technischen Vorgaben beschrieben, denen eine Website der Kommission entsprechen muss (unter Berücksichtigung der Leitlinien der Web Accessibility Initiative (WAI) für behindertengerechte Websites). Ferner umfasst der IPG eine ausführlichere Darstellung des Website-Erstellungsprozesses sowie der verfügbaren Tools und Dienstleistungen. Der IPG wird nach Maßgabe der aktuellen redaktionellen und technischen Entscheidungen fortlaufend aktualisiert.

Weitere Änderungsvorschläge

Die folgende neue Managementstruktur gewährleistet eine transparente und effiziente Entscheidungsfindung:

- Die ECN unter dem Vorsitz der GD COMM überwacht die zentralen Internet-Dienstleistungen für die inhaltlich verantwortlichen GD, um einen größtmöglichen Mehrwert dieser Dienstleistungen zu gewährleisten.
- Der „EUROPA-Redakteur“ ist im Tagesgeschäft für die redaktionellen Aspekte des Managements von EUROPA (d. h. des interinstitutionellen Web-Portals und der Websites/Webseiten der Kommission) zuständig. Er sorgt für redaktionelle, sprachliche und grafische Einheitlichkeit und für die Vermittlung einer kohärenten „Corporate Identity“. Die GD COMM ernennt den Redakteur aus ihrer Mitte.
- Der Redakteur wird durch den EUROPA-Redaktionsausschuss unterstützt. Daneben gibt der Ausschuss den inhaltlich verantwortlichen GD Leitlinien dafür vor, wie sie Inhalte wirksam im Internet präsentieren sollten (einschließlich Beratung zu umfassenden Multimedia-Paketen). Den Vorsitz führt der Redakteur. Als ständige Mitglieder gehören dem Ausschuss Experten von SPP, SG, DGT, OPOCE, INFOS, RELEX¹³ und DIGIT an. Hinzu kommen (falls sinnvoll und/oder erforderlich) die Internet-Redakteure der einzelnen GD bzw. der Vertretungen sowie ggf. Vertreter von Projektteams.
- Alle GD und Vertretungen benennen jeweils einen ständigen Internet-Redakteur, der als direkter und einziger Mittler zwischen dem EUROPA-Redakteur, dem Redaktionsausschuss und den Kommunikationsreferaten der einzelnen GD und Vertretungen fungiert.

¹³ INFOS und RELEX sind ständige Mitglieder, da sie für GD-übergreifende Portale verantwortlich sind.

- Ein technischer Ausschuss unter dem Vorsitz von DIGIT überwacht die Entwicklungen auf dem Gebiet der Internet-Technologie und erarbeitet technische Lösungen für die operativen Bedürfnisse eines leistungsfähigen Internet-Portals. Dem Ausschuss gehören Vertreter von COMM, OPOCE, INFISO, SCIC und DGT als ständige Mitglieder an; hinzu kommen ein Vertreter oder mehrere Vertreter der Webmaster.

Die Aufgaben und Zuständigkeiten des EUROPA-Redakteurs, des Redaktionsausschusses, der Internet-Redakteure und des technischen Ausschusses werden in Anhang III ausführlich beschrieben.

Die Einrichtung dieser neuen Managementstruktur für EUROPA wird im Januar 2008 abgeschlossen sein.
Ab dem 1. Januar 2008 müssen alle neuen Seiten auf EUROPA den Vorgaben des aktualisierten IPG entsprechen.

3.2.2. Redaktionelle Inhalte

Jüngste Initiativen und Ergebnisse

Die Kommission hat bereits mit der Neugestaltung ihrer Homepage begonnen; mittlerweile sind dort klar und verständlich abgefasste Artikel zu tagesaktuellen Fragen in allen 23 EU-Amtssprachen zu finden. Die Navigationsstruktur auf der obersten Ebene der Kommissionswebsite wurde (entsprechend den Ergebnissen von Meinungsumfragen, Erhebungen und Studien) so angepasst, dass Fragen der internen Organisation in den Hintergrund gerückt sind, und nun für die EU-Bürger relevante Themen an vorderster Stelle stehen. Auch einige GD haben ihr auf dem Web-Server bereitgestelltes Material verbessert.

Parallel dazu wenden mittlerweile auch die Kommissionsvertretungen ein besser strukturiertes Konzept für die Internet-Kommunikation an, das darauf abzielt, die Vorgehensweisen der Vertretungen zu harmonisieren und ein gemeinsames Dienstleistungspaket anzubieten. Die Umstellung lief 2005 an und soll bis Ende 2007 abgeschlossen sein. Die Vertretungen müssen das Internet dann voll in ihre Entscheidungen darüber einbeziehen, inwieweit sie maßgebliche Informationen übersetzen, filtern, ergänzen und an die lokalen Bedingungen anpassen. Bei diesem Konzept des „lokalen Handelns“ kommt insbesondere Partnerschaften mit Multiplikatoren bzw. Verwertern von Informationen eine große Bedeutung zu.

Außerdem wurde damit begonnen, die Websites der Kommissionsvertretungen weltweit aufzuwerten. Hierbei werden ein Grundbestand an zentral verwalteten Inhalten und ein neues zentrales Hosting mit umfassenden Anpassungen an die lokalen Gegebenheiten kombiniert.

Um die für die Allgemeinheit bestimmten Informationen auf den obersten Ebenen der Website EUROPA in allen 23 Amtssprachen zur Verfügung stellen zu können und so eine Website zu erhalten, die die Bürger in einer von ihnen beherrschten Sprache nutzen können, hat die GD Übersetzung ein Referat für Web-Übersetzungen eingerichtet.

Weitere Änderungsvorschläge

1. Umstrukturierung der Website EUROPA

Die auf EUROPA und der Website der Kommission verfügbaren Inhalte werden neu strukturiert, damit die Benutzer die von ihnen benötigten Informationen leichter finden. Der

Schwerpunkt wird von der institutionellen Sichtweise auf die Themen und die Perspektive der Benutzer verlagert. Inhalte sollten in der Struktur einer umgekehrten Pyramide gegliedert werden¹⁴. Es geht also darum, die Website EUROPA und die Seiten der Kommission – unabhängig von den Organisationsstrukturen der Institutionen – auf die breite Masse der Benutzer und auf thematische Schwerpunkte auszurichten, um den Anliegen der Bürger gerecht zu werden. Die darunter liegenden Ebenen werden dagegen fachliche Informationen enthalten und sich an bestimmte Zielgruppen richten¹⁵. Diese neue Struktur sollte dafür sorgen, dass jeder Benutzertyp schnellstmöglichen Zugang zu den für ihn relevanten Informationen erhält.

2. Mehrsprachigkeit und Übersetzung

Die Webseiten werden entsprechend den Kommunikationsprioritäten der Kommission übersetzt. Die Wahl der Sprachen für die einzelnen Sites sollte im Rahmen einer kohärenten Vorgehensweise im Hinblick auf die jeweilige Zielgruppe getroffen werden und wird in einer „Erklärung zur Sprachenpolitik“ (Sprachklausel) beschrieben.

Da nur beschränkte Ressourcen zur Verfügung stehen, muss zwischen verschiedenen Faktoren abgewogen werden: Umfang der veröffentlichten Informationen; Anzahl der Sprachen, in denen Informationen zur Verfügung stehen; Ausweitung der Zielgruppe; Notwendigkeit, die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten. Dies erfordert ein kohärentes Vorgehen.

3. Verstärkte Interaktivität

Das Management der Diskussionsforen wird verbessert, und es werden Follow-up-Maßnahmen für die Diskussionen eingeführt. Die erste Website, bei der diese Grundsätze angewandt werden, wird das erneuerte Forum „Debate Europe“ sein, das Anfang 2008 online geht. Die Debatten werden stärker auf die Kommunikationsprioritäten der Kommission ausgerichtet, und durch die regelmäßige Teilnahme von Kommissaren und leitenden Kommissionsbeamten wird echte Interaktivität erreicht.

Im Rahmen eines Pilotprojekts werden auf einer begrenzten Zahl von Webseiten neue interaktive Anwendungen getestet (bereits im Internet angewandte populäre Verfahren sind beispielsweise die Bewertung von Inhalten¹⁶ sowie „Wikis“, in denen die Benutzer Beiträge zu Websites und Texten verfassen¹⁷). Die Benutzer erhalten die Möglichkeit, Webseiten nach Kriterien wie Lesbarkeit und Jargonfreiheit zu bewerten sowie Vorschläge zu machen.

¹⁴ Siehe Anhang II.

¹⁵ Eine Benutzerumfrage zur Beurteilung von Benutzerfreundlichkeit, Relevanz, Wirksamkeit, Effizienz und Nutzen der Website EUROPA ist kürzlich angelaufen. Die Ergebnisse werden weiteren Aufschluss darüber geben, wie die Inhalte der Seite im Einzelnen umstrukturiert werden müssen und wie die Benutzer mit der Kommission interagieren möchten. Erste Ergebnisse werden Mitte November 2007 zur Verfügung stehen, die Endergebnisse im Januar 2008. Im Anschluss daran wird ein ausführlicher Plan für die Umstrukturierung der Kommissionswebsite aufgestellt und über die neue Managementstruktur umgesetzt (Bewertung der Website EUROPA durch Ernst & Young, im Rahmen des Auftrags BUDGET/06/PO/01/lot003/Einzelvertrag Nr. 1).

¹⁶ Die Benutzer bestimmen über die Inhalte von Websites mit und sorgen für die Verbreitung dieser Inhalte, indem sie auf attraktive Artikel, Videos und Podcasts hinweisen, sie weiterempfehlen und kommentieren.

¹⁷ Wikis werden gemeinsam von einer großen Zahl von Freiwilligen verfasst. Einige Wiki-Projekte werden von Redakteuren oder Redaktionsteams koordiniert; bei den meisten gibt es jedoch keinerlei redaktionelle Überprüfung/Überwachung.

Hierdurch könnten neue Wege für einen dynamischen Konsultationsprozess erschlossen werden, der insbesondere in frühen Phasen der Entwicklung neuer politischer Strategien auf EU-Ebene zum Einsatz kommen könnte.

Außerdem werden ein geeigneter Haftungsausschluss und Hinweise zur Moderationspolitik eingefügt, um den Bürger über die Art und den Umfang der vorgenommenen redaktionellen Überprüfung zu informieren.

Auch das Potenzial der medienübergreifenden Kommunikation (Kombination von Internet, Radio, Fernsehen, Printmedien, Video, Musik und Mobilfunkdiensten) wird untersucht und ggf. im Rahmen einer kohärenten redaktionellen Politik ausgeschöpft.

Die Einrichtung der neuen Struktur – unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Benutzerumfrage – wird Ende 2008 oder Anfang 2009 abgeschlossen sein.

Anfang 2008 werden auf einer begrenzten Zahl von Websites bzw. Webseiten Pilotprojekte zur Erprobung neuer interaktiver Anwendungen durchgeführt.

Mit der Lancierung der neuen „Debate Europe“-Website Anfang 2008 wird das Management der Diskussionsforen und das Follow-up der Diskussionen verbessert.

3.2.3. Technische Fragen

Jüngste Initiativen und Ergebnisse

Für die Website EUROPA werden die bestmöglichen technischen Dienstleistungen benötigt. Zu diesem Zweck wurden mehrere Initiativen in die Wege geleitet.

So wurde ein Corporate Web Content Management System (CWCMS) entwickelt, das auf Folgendes ausgerichtet ist: bessere Organisation und Strukturierung der Inhalte auf EUROPA, Erleichterung der Wiederverwendung von Inhalten, einfacheres Management der mehrsprachigen Website sowie Vereinfachung des Veröffentlichungsprozesses, indem es Standardbenutzern leichter gemacht wird, Web-Inhalte zu generieren.

Die ersten drei genannten Ziele hat das CWCMS zwar erreicht; der Veröffentlichungsprozess wurde jedoch nicht deutlich vereinfacht. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass die Benutzeroberfläche des Systems recht komplex ist, dass es lediglich statische Seiten erzeugen kann und dass das Personal zu wenig geschult wurde. Die Webmaster haben die Situation im Bereich des Web Content Management (WCM) nochmals analysiert und einen Bericht¹⁸ erstellt, in dem die Anforderungen der Kommission in Bezug auf das Management von Web-Inhalten dargelegt werden.

Ferner haben die Praxis und Untersuchungen gezeigt, dass es trotz der an der EUROPA-Suchmaschine vorgenommen Verbesserungen nicht gelungen ist, in die bestehende Websitestruktur eine Suchtechnologie zu integrieren, die mit den weit verbreiteten Internet-Suchmaschinen wie Google und Yahoo konkurrieren kann. Klassische Suchtechnologien, wie

¹⁸ Benutzergruppe „Corporate Web Content Management (CWCM)“ – Zusammenfassung der Diskussionen auf den Sitzungen vom 22.2., 9.3., 29.3., 19.4., 2.5., 11.5., 23.5. und 8.6.2007 (Dokument vom 12.6.2007).

sie auf der Website EUROPA angewandt werden, funktionieren in einem klar strukturierten Umfeld sehr gut; in einer verhältnismäßig unstrukturierten Umgebung wie dem Internet, wo Suchanfragen oft vage sind und aus einfachen, kurzen Wortfolgen bestehen, zeigen sie jedoch eine schlechte Leistung. EUROPA ist nicht die einzige offizielle Website mit Problemen bei der Suchfunktion¹⁹. Aufgrund des Umfangs und der komplexen Struktur von EUROPA wird eine Suchfunktion benötigt, die angesichts der ungenauen und allgemein gehaltenen Anfragen, die die Bürger bei der Suche im Internet häufig eingeben, gute Ergebnisse liefern kann. DIGIT sucht derzeit nach einer für EUROPA geeigneten Anwendung.

Außerdem wurde im Jahr 2006 mit der „flexiblen Plattform“ – einem Pilotdienst, den die GD DIGIT in Ergänzung zu ihren klassischen Aufgaben und Funktionen entwickelt hat und verwaltet – ein erster Schritt in Richtung einer schnelleren Übernahme neuer Internet-Technologien getan. Dieser Dienst wird derzeit für das Hosting von Blogs, elektronische Abstimmungen und Diskussionsforen genutzt.

Weitere Änderungsvorschläge

Die Kommission muss für die durch das Internet entstehenden technischen Herausforderungen besser gerüstet sein. Sie wird ein Paket von Tools und Diensten entwickeln, die die Einrichtung, den Betrieb und die Wartung moderner, attraktiver Websites erleichtern. Diese „Internet-Toolbox“ wird Folgendes umfassen:

- Ein WCM-System, das zumindest für die Erstellung und Verwaltung der Websites der Kommission eingesetzt werden soll (gemäß den Spezifikationen im Bericht der WCM-Benutzergruppe). Das System wird alle für das plattformübergreifende Publishing benötigten Funktionsmerkmale umfassen.
- Eine flexible Struktur für die schnelle Einführung neuer interaktiver Dienste mittels verbreiteter Open-Source-Software und/oder mittels von der Kommission selbst entwickelter Software.
- Ein vollständiges Dienstleistungspaket für Web-Streaming und Web-Konferenzen²⁰. Das Paket wird eine leistungsfähige Struktur mit genügend Speicherplatz und Bandbreite für die ständig steigende Nachfrage in diesem Bereich ebenso wie Dienste für die logistische Unterstützung der Organisation von Web-Veranstaltungen umfassen.
- Ein dem neuesten Stand der Technik entsprechendes Paket von Anwendungen für die Workstations der Webmaster.
- Erforderlichenfalls Unterstützung durch externe Spezialisten auf Grundlage entsprechender Rahmenverträge.

¹⁹ Beispiel aus dem Vereinigten Königreich: „Government on the Internet: progress in delivering information and services online“ – Bericht des Comptroller and Auditor General, HC 529 Session 2006-2007, 13.7.2007.

²⁰ Um die für professionelle Dienstleistungen in diesem Bereich benötigten Tools und Infrastrukturen zu entwickeln, hat die GD SCIC das Projekt „Fortgeschrittene technologische Plattform für mehrsprachige Kommunikation“ lanciert. Im Juli 2007 wurde Kommissar Orban ein Zwischenbericht über dieses Projekt vorgelegt.

- Bestmögliche Unterstützung der EUROPA-Benutzer bei der Suche. Hierzu sollen Verträge mit führenden Anbietern von Internet-Suchmaschinen geschlossen werden. Außerdem wird die Unterstützung der Benutzer dadurch verbessert, dass der derzeit von Europa Direct angebotene Dienst „Internet-Hilfe“ von allen Ebenen der Website EUROPA aus verfügbar gemacht wird.

Zuständig für die Umsetzung der technischen Veränderungen ist der technische Ausschuss; das operative Management übernimmt ein eigens zu diesem Zweck eingerichtetes Web-Team der GD DIGIT. Wenn die Web-Teams einzelner GD planen, neue Tools zu entwickeln, ist der technische Ausschuss hierüber in Kenntnis zu setzen. Der Ausschuss kann auf diese Weise feststellen, ob es Synergien gibt, die zur Entwicklung neuer kommissionsinterner Tools führen könnten, die für die Internet-Toolbox geeignet sind. Dies gewährleistet eine optimale Nutzung der für die technische Entwicklung verfügbaren Ressourcen.

Anhang IV enthält eine ausführliche Beschreibung der Internet-Toolbox.

Die Bestückung der Internet-Toolbox erfolgt schrittweise Laufe des Jahres 2008 und wird im Januar 2009 abgeschlossen sein. Die Toolbox wird fortlaufend der technischen Entwicklung angepasst.

4. Internet-Kommunikation außerhalb von EUROPA

Im Internet finden in Blogs und Diskussionsforen jeden Tag unzählige Debatten über Themen jeder Art statt, und auf den Websites von Zeitungen und Fernsehsendern haben die Benutzer die Möglichkeit, sich online zu Nachrichten, Leitartikeln und Kommentaren zu äußern.

Viele der Themen, über die im Internet diskutiert wird, sind auch für die Kommission von Interesse, beispielsweise Klimawandel, Energie, Forschung, Naturwissenschaften, Informationstechnologie, Einwanderung, Soziales, Wirtschaft und Globalisierung. Auch die EU selbst ist oft Gegenstand von Diskussionen, die teilweise auch von Europa-Kritikern angestoßen werden.

Während die Kommission in der „realen Welt“ häufig an Konferenzen und Diskussionen teilnimmt, tritt sie in der „virtuellen Welt“ des Internets kaum in Erscheinung; hier sind ihre Aktivitäten weitgehend auf die Website EUROPA beschränkt. Auf EUROPA gibt es jedoch nur wenig interaktive Kommunikation, und die Web-basierten Konsultationen zu politischen Fragen sind oft sehr statisch und wecken bei den Benutzern nicht genügend Interesse.

Jüngste Initiativen und Ergebnisse

Kürzlich wurde auf YouTube ein eigener Channel der EU, „EUTube“, eingerichtet. Dies ist eine erste – erfolgreiche – Maßnahme zur Schärfung des Profils der Kommission im Internet. Über EUTube konnte erfolgreich eine neue Zielgruppe erreicht werden, und es wurde eine lebhafte Debatte über die EU und die Strategien und Tätigkeiten der Kommission angestoßen.

Ferner wurden erste Kontakte mit einigen der aktivsten Websites zu EU-Themen geknüpft, um die Möglichkeiten für Web-Partnerschaften zu prüfen und ein Netz von Websites der Zivilgesellschaft sowie öffentlicher und privater Einrichtungen aufzubauen, das Kontakte mit bzw. zwischen den europäischen Bürgern fördert und zu Diskussionen über Fragen der EU-Politik anregt.

Weitere Änderungsvorschläge

Erstens wird die Kommission eine Studie lancieren, um führende Websites zu ermitteln, bei denen Europa-Themen im Mittelpunkt stehen. Das Ziel ist, ein Netz aufzubauen, regelmäßige Treffen der Stakeholder zu organisieren und auf EUROPA Links (mit Haftungsausschluss) zu anderen Websites zu setzen, die für die Benutzer interessant sein könnten.

Zweitens wird die Kommission die Debatten im Internet intensiver verfolgen, um meinungsbildende Persönlichkeiten sowie Fragen von allgemeinem Interesse zu identifizieren. Durch Zuhören und Lernen wird die Kommission neue und bestehende Trends besser erkennen können und allgemein ihre Kommunikation verbessern. Hierzu könnte sich die Kommission beispielsweise auf die laufenden Aktivitäten des Gemeinsamen Forschungszentrums zur Beobachtung der europäischen Medien stützen.

Drittens wird die kürzlich vorgenommene Änderung der internen Vorschriften der Kommission, die es dem Kommissionspersonal erlaubt, zu beruflichen Fragen öffentlich Stellung zu nehmen, auch auf die Beteiligung an Blogs und Online-Debatten ausgedehnt. Das Personal der Kommission – insbesondere die Sprecher und die Mitarbeiter aus den Informations- und Kommunikationsreferaten der verschiedenen GD – erhalten damit die Möglichkeit, unter Beachtung der Grundsätze der Loyalität und der Unparteilichkeit die politischen Strategien der EU zu erläutern, Fehler zu korrigieren und negativer Publicity bzw. Spekulationen rund um die EU entgegenzuwirken (unter Verwendung geeigneter Haftungsausschlussklauseln). Um diesen Wandel zu unterstützen, werden Schulungen im Bereich Internet-Kommunikation durchgeführt.

Bis Mitte 2008 wird eine Studie in Auftrag gegeben, um führende Websites mit europapolitischem Schwerpunkt zu identifizieren, und es werden regelmäßige Stakeholder-Treffen organisiert.

Ferner wird 2008 ein langfristig angelegtes Internet-Beobachtungssystem eingerichtet, das es der Kommission ermöglicht, zentrale Themen von allgemeinem Interesse sowie neue Trends zu ermitteln.

5. Ressourcen

Das Internet gewinnt als effizientes Medium für die Kommunikation mit den Bürgern in Europa und der ganzen Welt, insbesondere mit ausgewählten Zielgruppen, immer stärker an Bedeutung.

Die Herausforderung für die gesamte Kommission besteht darin, dafür zu sorgen, dass ihre Aktivitäten und Kommunikationsmaßnahmen im Internet auf attraktiven Inhalten basieren und dass die neuesten Technologien zum Einsatz kommen. Um dies entsprechend den Schlussfolgerungen des Screening-Berichts (SEK(2007)560) möglichst ressourcenneutral zu erreichen, müssen vorhandene Synergien optimal ausgeschöpft werden, indem Internet-Kompetenzen und -Entwicklungen gemeinsam genutzt und kombiniert werden.

Viele GD haben bereits mit der Umverteilung ihrer Kommunikationsressourcen begonnen. Die Ausgaben für nicht im Internet bereitgestellte Veröffentlichungen sind zurückgegangen, bleiben in vielen GD jedoch weiterhin der größte Ausgabenposten im

Kommunikationsbereich. Die Ausgaben für die Internet-Kommunikation legen in den letzten Jahren zwar allgemein zu, sind im Verhältnis gesehen jedoch weiterhin niedrig.

Die GD sollten diese Verlagerung der Kommunikationsressourcen auf das Internet aktiv weiterbetreiben und ihr Augenmerk dabei vor allem auf redaktionelle Inhalte (durch die Benennung von Internet-Redakteuren) statt auf technische Funktionen richten. Entsprechend sollte die Entwicklung technischer Lösungen durch GD-übergreifende Web-Expertenteams weiterbetrieben werden. Dies sollte sich in der gesamten Kommission in Stellenbeschreibungen, Aufgabenbeschreibungen und Managementplänen niederschlagen. Zudem sollten die GD auch Mitarbeiter, die keine Internet-Experten sind (einschließlich der Sprecher), dazu motivieren, sich stärker an der Kommunikation über das Internet zu beteiligen.

Die Kommission wird geeignete Schulungsmaßnahmen für Mitarbeiter anbieten, die regelmäßig oder auf Vollzeitbasis im Bereich der Internet-Kommunikation tätig sind. Im Rahmen dieser Schulungen werden nicht nur technische und redaktionelle Fähigkeiten vermittelt, sondern insbesondere auch Kompetenzen für die inhaltliche und statistische Analyse öffentlicher Meinungsäußerungen im Internet. Ferner wird die Kommission sicherstellen, dass der hohe Stellenwert, der der Kommunikation über das Internet mittlerweile beigemessen wird, auch in künftigen Auswahlverfahren zur Einstellung neuen Personals Berücksichtigung findet.

Über die Ressourcenzuweisung wird gemäß den in der Europäischen Kommission geltenden Verfahren (etwa für strategische Planung und Programmplanung) entschieden, wobei ggf. der vom ECN bereitgestellte Beitrag berücksichtigt wird.

Der Vorschlag lässt sich innerhalb der bestehenden mehrjährigen Finanzplanung umsetzen (SEC(2007)500).

Um attraktive Inhalte zu erstellen und mit der technischen Entwicklung Schritt zu halten, ist es erforderlich, die verfügbaren Kommunikationsressourcen weiter umzuschichten, damit genügend Ressourcen für die Entwicklung von Inhalten und zur Bereitstellung gemeinsamer Internet-Tools und -Kompetenzen zur Verfügung stehen, die von allen GD genutzt werden können.

6. Fazit

Eine moderne, erfolgreiche Website EUROPA wird wirksam dazu beitragen, dass die Bürger über die Aktivitäten und Politikbereiche der EU auf dem Laufenden gehalten werden und die Möglichkeit erhalten, mitzuwirken und ihre Meinung über EU-Themen zu äußern. Zwar ist das Internet insbesondere aufgrund der „digitalen Kluft“ sowie der Sprachbarrieren kein Allheilmittel für die Verbesserung der demokratischen Beteiligung auf EU-Ebene; dennoch kann eine klar definierte, gut umgesetzte Internet-Strategie daran großen Anteil haben.

Zuallererst geht es darum, für die Website EUROPA eine gestraffte Managementstruktur einzurichten und verbesserte Inhalte und Tools bereitzustellen, um die neuen Herausforderungen und Chancen im Internet aufzugreifen.

- Die neue Managementstruktur gewährleistet redaktionelle, sprachliche und grafische Einheitlichkeit und die Vermittlung einer kohärenten „Corporate Identity“.

- Die Strukturen und Inhalte der Website EUROPA und der Websites bzw. Seiten der Kommission werden stärker auf den Blickwinkel der Benutzer statt – wie bisher – auf die Perspektive der Institutionen ausgerichtet. Die Ergebnisse der Benutzerumfrage werden berücksichtigt.
- Es wird untersucht, welche Rolle die Benutzer bei der Verbesserung der Inhalte auf der Website EUROPA sowie in den frühen Phasen der Planung neuer politischer Maßnahmen der EU spielen können.
- Dem Grad der Mehrsprachigkeit jeder Website wird gebührende Aufmerksamkeit geschenkt. Die Wahl der Sprachen für die einzelnen Sites sollte im Rahmen einer kohärenten Vorgehensweise im Hinblick auf die jeweilige Zielgruppe getroffen werden und wird in einer „Erklärung zur Sprachenpolitik“ beschrieben.
- Das Potenzial der medienübergreifenden Kommunikation wird untersucht und ggf. im Rahmen einer kohärenten redaktionellen Politik ausgeschöpft.
- Für die Web-Teams wird eine Internet-Toolbox entwickelt, die sich aus zuverlässigen Tools und Diensten für eine moderne und attraktive Website zusammensetzt. Die Toolbox wird fortlaufend der technischen Entwicklung angepasst.

Außerhalb von EUROPA muss die Kommission stärkeren Einfluss darauf ausüben, wie EU-Themen auf anderen Websites zur Sprache kommen.

- Es wird eine Studie in Auftrag gegeben, um führende Websites mit europapolitischem Schwerpunkt zu identifizieren, und es werden regelmäßige Stakeholder-Treffen organisiert.
- Es wird ein langfristig angelegtes Internet-Beobachtungssystem eingerichtet, das es der Kommission ermöglicht, zentrale Themen von allgemeinem Interesse sowie neue Trends zu ermitteln.

Alle diese Maßnahmen zielen darauf ab, attraktive Inhalte zu erstellen und mit den technischen Entwicklungen Schritt zu halten. Hierzu ist es erforderlich, die verfügbaren Kommunikationsressourcen weiter umzuschichten, damit genügend Ressourcen für die Entwicklung von Inhalten, zur Bereitstellung gemeinsamer Internet-Tools und für geeignete Schulungen auf dem Gebiet der Internet-Kommunikation zur Verfügung stehen.

Es werden jährliche Durchführungspläne erstellt und dem ECN mitgeteilt.

ANHANG I: GLOSSAR UND MERKMALE VON WEB 2.0

GLOSSAR

EUROPA: Im vorliegenden Kontext ist EUROPA das Web-Portal der Europäischen Union mit der Adresse <http://europa.eu>. Es wird von der Europäischen Kommission (GD COMM) in Abstimmung mit allen anderen EU-Organen und –Institutionen verwaltet. Es besteht aus einer Homepage, von der aus auf mehrere Websites mit allgemeinen Informationen zugegriffen werden kann. Ferner dient die Homepage als Zugang zu den jeweiligen eigenen Websites der EU-Institutionen.

Die Website der Europäischen Kommission hat die Adresse <http://ec.europa.eu>. Sie setzt sich aus folgenden Elementen zusammen:

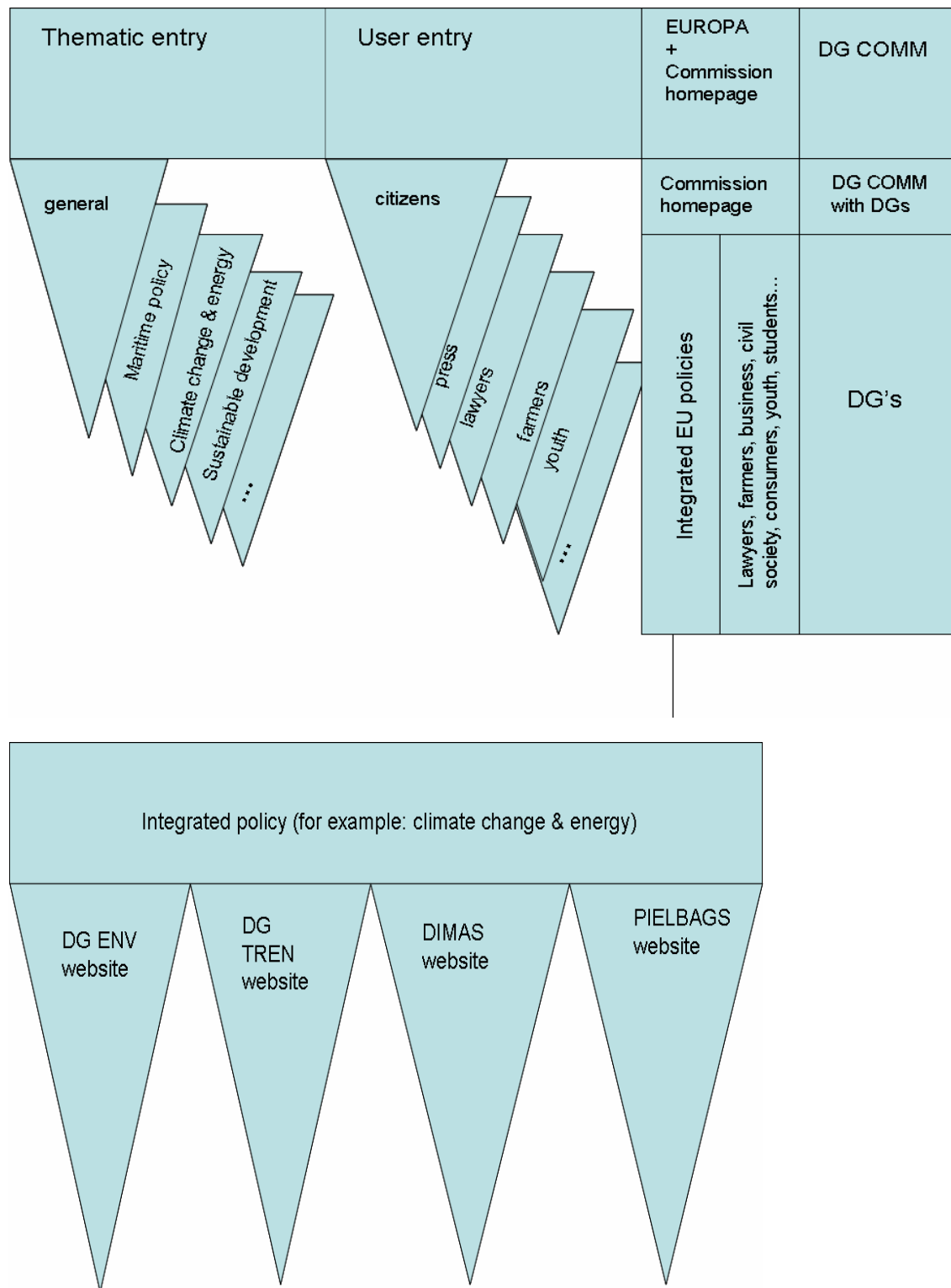
- Webseiten für die gesamte Kommission: Homepage der Kommission und verschiedene Webseiten mit allgemeinen Informationen oder zu horizontalen/bereichsübergreifenden Fragen und politischen Themen. Jeder Benutzer wird so schnell wie möglich zu den für ihn relevantesten Informationen geleitet. Für diese Seiten ist die GD COMM unmittelbar zuständig.
- Thematische Websites und Portale: Für diese Websites sind die jeweils fachlich zuständigen GD verantwortlich. Die Sites wenden sich an die betreffenden Stakeholder. Die zuständigen GD sind gehalten, die gemeinsamen Gestaltungs- und Navigationselemente der Kommissionsseiten zu übernehmen.

WCM-System: Ein WCM-System (WCM = Web Content Management) ist jede Art von System zur strukturierten Verwaltung von Inhalten, auf die über ein Gerät mit Internetzugang (PC, PDA, Mobiltelefon, usw.) zugegriffen werden kann. Zu diesem Zweck werden in einem WCM-System Inhalte und Gestaltungselemente klar voneinander getrennt. Das System ermöglicht es Informationsanbietern, Webseiten zu erstellen, ohne sich mit den technischen Aspekten der Formatierung befassen zu müssen. Das System generiert mit den eingegebenen Inhalten dynamisch und automatisch anspruchsvoll formatierte Webseiten.

CWCMS: Corporate Web Content Management System. Ein organisationsweit genutztes WCM.

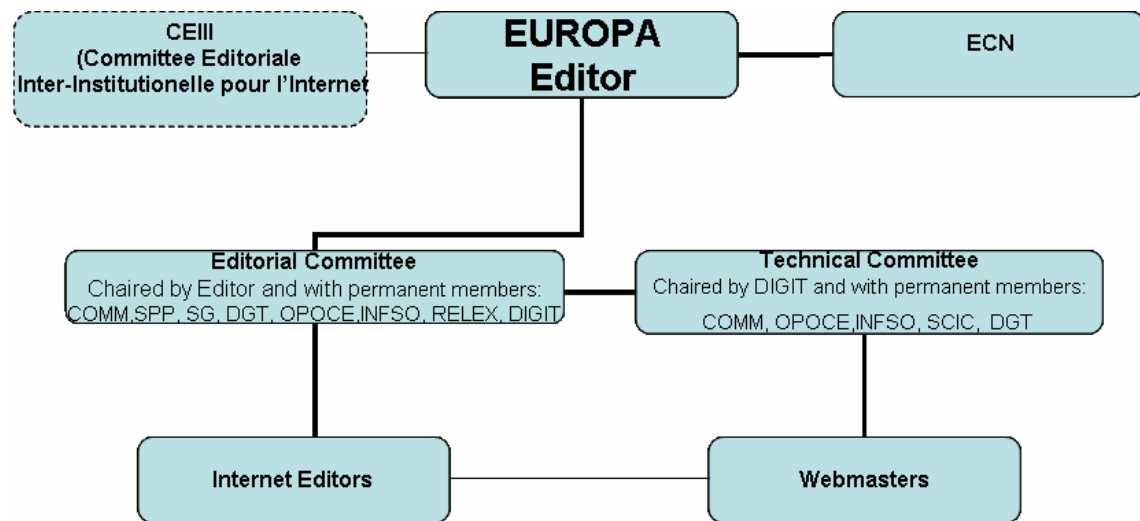
ANHANG II

SCHEMATISCHE DARSTELLUNG DER STRUKTUR DER UMGEGEHRTEN PYRAMIDE



ANHANG III

STRUKTUR FÜR DAS REDAKTIONELLE MANAGEMENT SOWIE AUFGABEN UND ZUSTÄNDIGKEITEN IN BEZUG AUF DIE EUROPA-WEBSITE



Aufgaben und Zuständigkeiten der ECN

- Billigung des Konzepts und der allgemeinen Leitlinien, die der Redakteur für EUROPA und die Websites der Kommission vorschlägt
- Überwachung der für die fachlich zuständigen GD erbrachten zentralen Internet-Dienstleistungen und Feedback zu Effizienz und Mehrwert
- Aufzeigen von Optionen/Lösungsmöglichkeiten für die Strukturierung von Websites sowie in Bezug auf allgemeine technische Entwicklungen und Tools
- Kontinuierliche Sensibilisierung der höheren Führungsebene für die Bedeutung der Internet-Kommunikation
- Überwachung des Schulungsangebots zur Internet-Kommunikation (Vermittlung von redaktionellen und technischen sowie Recherche-Kompetenzen)

Aufgaben und Zuständigkeiten des Redakteurs

- Festlegung des Konzepts für die Website EUROPA und die Websites der Kommission
- Tagesgeschäft des redaktionellen Managements der Website EUROPA und der Websites der Kommission: Gewährleistung der redaktionellen, sprachlichen und grafischen Einheitlichkeit der Sites/Seiten und der Vermittlung einer kohärenten „Corporate Identity“
- Strategische und operative Planung (kurz-, mittel- und langfristig), einschließlich der Festlegung des jährlichen Ressourcenbedarfs, auf Grundlage von Informationen der GD und nach Abstimmung mit der GD DIGIT
- Überwachung der Einhaltung der Vorgaben des IPG und entsprechende Qualitätskontrolle

- Kommunikations- und Marketingmaßnahmen für die Internet-Aktivitäten und für deren Beitrag zur Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit
- Vermittlung zwischen den GD und Gewährleistung der Zusammenarbeit zwischen den GD

Aufgaben und Zuständigkeiten des Redaktionsausschusses

Dem Redaktionsausschuss unter dem Vorsitz des Redakteurs gehören Vertreter von SPP, SG, DGT, OPOCE, INFISO und RELEX und DIGIT als ständige Mitglieder an. Hinzu kommen (falls erforderlich und/oder auf deren Wunsch) die Internet-Redakteure der GD bzw. der Vertretungen sowie ggf. Vertreter relevanter Projektteams.

- Unterstützung des Redakteurs bei der Gewährleistung der redaktionellen und grafischen Einheitlichkeit der Websites und Webseiten der Kommission
- Vorgabe von Leitlinien für die inhaltlich verantwortlichen GD, die veranschaulichen, wie Inhalte wirksam im Internet präsentiert werden sollten (einschließlich Beratung zu umfassenden Multimedia-Paketen)
- Ermittlung der operativen Bedürfnisse in Bezug auf die Entwicklung/Bereitstellung von Internet-Tools
- Abgabe von Empfehlungen zur Mehrsprachigkeit von Websites und deren Teilen

Aufgaben und Zuständigkeiten der Internet-Redakteure

- Zusammenarbeit mit dem EUROPA-Redakteur und dem Redaktionsausschuss bei der Gewährleistung der redaktionellen und grafischen Einheitlichkeit, u. a. durch die ordnungsgemäße Umsetzung der Vorgaben des IPG
- Bereitstellung und Verwaltung redaktioneller Inhalte auf den Webseiten der jeweiligen GD/Vertretung, insbesondere auf den an die Bürger gerichteten Seiten
- Mitwirkung in Blogs und Teilnahme an Online-Diskussionen (u. a. Verfassen von Antworten und Richtigstellungen)

Aufgaben und Zuständigkeiten des technischen Ausschusses

Dem technischen Ausschuss unter dem Vorsitz der GD DIGIT gehören Vertreter von COMM, OPOCE, INFISO, SCIC, DGT sowie der Vorsitz des „Webmaster Forum“ als ständige Mitglieder an.

- Überwachung der Entwicklungen auf dem Gebiet der Internet-Technologie und Ausarbeitung technischer Lösungen für die vom Redaktionsausschuss festgestellten operativen Bedürfnisse, u. a. für den Übergang von Web 1.0 zu Web 2.0 (und weitere Entwicklungen im Internet) und für die Nutzung von Open-Source-Lösungen
- Überwachung der Bereitstellung technischer Lösungen durch Web-Experten in den einzelnen GD (auf Initiative und unter der Koordination der GD DIGIT)
- Führen eines Verzeichnisses aller geplanten und vorhandenen Web-Anwendungen und -Tools, die die Web-Teams in den einzelnen GD entwickeln bzw. entwickelt haben und die andere Webmaster für ihre Zwecke nutzen könnten
- Aktualisierung der technischen Kapitel des IPG

Aufgaben und Zuständigkeiten der Webmaster

- Unterstützung der Internet-Redakteure in allen technischen Belangen
- Einrichtung und Wartung von Websites, die die Anforderungen des IPG erfüllen
- Unterbreitung von Vorschlägen für den technischen Ausschuss in Bezug auf den Erwerb und/oder die Entwicklung neuer Tools; Unterrichtung des technischen Ausschusses über alle Entwicklungsvorhaben; Mitwirkung an der Entwicklung und Bereitstellung kommissionsinterner Tools

ANHANG IV

INTERNET-TOOLBOX

Den Webmastern wird eine Internet-Toolbox zur Verfügung gestellt, damit sie dem Stand der Technik entsprechende Websites erstellen können. Die nachstehende Tabelle enthält eine Aufstellung der erforderlichen Tools und einen Zeitplan für ihre Bereitstellung. Die Aufstellung ist nicht erschöpfend und wird regelmäßig unter Berücksichtigung der technischen Entwicklung aktualisiert.

Kategorie	Bezeichnung	Verfügbarkeit
Content Management und Zusammenarbeit	Benutzerfreundliches WCM-System	2009 – 2. Q.
	Leistungsfähige Suchmaschine	2008 – 2. Q.
	Wiki	2008 – 1. Q.
	Plattform für die Zusammenarbeit	verfügbar
Multimedia	Plattformunabhängiges Web-Streaming	2008 – 2. Q.
	Plattformunabhängige Web-Konferenzen	2008 – 2. Q.
	Plattformunabhängiger Video-Viewer	2008 – 2. Q.
	Kartenbasierte Benutzeroberfläche	2008 – 3. Q.
	Bild- und Video-Archiv	2008 – 3. Q.
Interaktive Dienste	Feedback-Formular	2008 – 1. Q.
	Blog	verfügbar
	Diskussionsforum	verfügbar
	Elektronische Abstimmung (E-Polling)	verfügbar
	Online-Umfrage	verfügbar
Verbreitungsinstrumente	Benutzerfreundliche Mailinglisten	2008 – 1. Q.
	Benachrichtigungen	2009 – 2. Q.
	RSS-Feeds	verfügbar
	Geräteübergreifendes Publishing	2009 – 2. Q.
Transaktionsdienste	Registrierung von Veranstaltungen	2008 – 4. Q.
	Elektronische Ausschreibung (E-Tendering)	2009

Kategorie	Bezeichnung	Verfügbarkeit
	Elektronische Auftragsvergabe (E-Procurement)	2009
Workstation-Tools	HTML-Editor	verfügbar
	XML-/XSL-Editor	verfügbar
	Grafiktool	verfügbar
	Tool für Audiotbearbeitung	2008 – 1. Q.
	Tool für Videobearbeitung	2008 – 1. Q.
	Editor für Flash-Animationen	2008 – 1. Q.
	Tools für die Qualitätskontrolle	2008 – 1. Q.