


“Europa ungeschminkt”

EU-Trends in deutschen Unternehmen und Verbänden





EurActiv möchte seine Leser nicht nur tagesaktuell und umfassend über europäische Politik informieren, sondern auch gemeinsam mit diesen europäische Kommunikation gestalten und weiterentwickeln. Aus diesem Grund startete EurActiv.de mit der Unterstützung von EurActiv.com in Brüssel und der Europäischen Bewegung Deutschland im Mai 2011 eine Umfrage zum Thema: **EU Trends in deutschen Unternehmen und Verbänden**.

Mit der Auswertung von “Europa ungeschminkt” forscht EurActiv.de nach den zukunftsweisenden EU-Trends in deutschen Verbänden und Unternehmen. Die Umfrage wurde an die rund 200 Mitglieder der Europäischen Bewegung Deutschland gesendet, sowie an ca. 200 weitere Unternehmen und Verbände mit europäischem oder internationalem Fokus. 139 Organisationen aus unterschiedlichen Branchen und gesellschaftlichen Gruppierungen haben sich an der Umfrage beteiligt, so dass die thematische Gewichtung in den Ergebnissen der Umfrage als repräsentativ angesehen werden kann.

Im Folgenden finden Sie nicht nur einen Überblick über die aktuelle Lage der Europakommunikation in Deutschland, sondern auch einen Ausblick in die Zukunft. Anhand der Ergebnisse lassen sich Potentiale zur Verbesserung Ihrer Kommunikation ableiten.

Was ist EurActiv?

EurActiv.de ist das führende deutschsprachige Europa-Medium. Das unabhängige Portal bietet seinen Lesern und Partnern Nachrichten, Hintergründe, Debatten und individuelle Kommunikationspakete rund um Europa.

Das deutsche Portal EurActiv.de ist Teil des europaweit führenden Netzwerks EurActiv. Das paneuropäische Medium ermöglicht Ihnen effiziente und zielgruppenspezifische Kommunikation – **direkt, transparent, in 15 Ländern und auf 15 Sprachen!**

EurActiv.de – ein Medium der EMM Europäische Multiplikatoren-Medien GmbH

Copyright Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Herausgeber © EurActiv.de Berlin

Hausanschrift: Haus der Bundespressekonferenz, Schiffbauerdamm 40 | 10117 Berlin

Telefon (030) 2060 5151 | Telefax (030) 2060 5152

Internet: www.euractiv.de

Pertti Hermannek – Geschäftsführer – marketing@euractiv.de

Ewald König – Chefredakteur - chefredaktion@euractiv.de

Joachim Weidemann – Gründer und Herausgeber - herausgeber@euractiv.de

Zusammenfassung und Trends

Die EurActiv-Umfrage ist in zwei Blöcke gegliedert – in einem ersten Schritt wurde die Sicht der deutschen Unternehmen und Verbände auf Europa und die deutsche Europapolitik abgefragt. Im Anschluss hat EurActiv.de den Befragten auf den Zahn gefühlt und den Stellenwert von Europapolitik in den eigenen Unternehmen und Verbänden abgefragt.

Europa aus der Sicht deutscher Unternehmen und Verbände

Der Blick auf die einzelnen Politikfelder zeigt, dass die Experten sich in erster Linie mehr europäische Zusammenarbeit im Bereich Energie und Umwelt wünschen, aber auch im Bereich Finanz- und Fiskalpolitik wird überraschenderweise mehr Einfluss der EU gefordert.

Von Zufriedenheit über die aktuelle Finanzpolitik kann jedoch keine Rede sein: 77 Prozent der Befragten äußern sich unzufrieden mit der momentanen Politik.

Rückzug fordern die Befragten hingegen aus den Bereichen Landwirtschaft und Regionalpolitik. In der deutschen Debatte wird vor allem der soziale Aspekt Europas vermisst, aber auch der Blick über den eigenen Tellerrand fehlt den Experten – Europa in einem globalen Kontext kommt demnach zu kurz.

In der Bewertung der Institutionen muss sich der Rat der Europäischen Union ganz hinten anstellen; die Europäische Kommission wird als befriedigend eingestuft. Einer guten Bewertung kann sich nur das Europäische Parlament erfreuen.

Obwohl 50 Prozent der Befragten die Zukunft der Union als problematisch einstufen, ist ein Austritt Deutschlands oder ein Auflösen der Euro-Zone für die Experten keine Alternative.

Was die deutschen Politiker betrifft, kristallisiert sich Peer Steinbrück (SPD) als jener Politiker heraus, dem eine Führungsrolle in Europa am ehesten zugetraut wird. Den zweiten Platz belegt Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU).

Der Stellenwert Europas innerhalb der deutschen Unternehmen und Verbände

72 Prozent der Befragten ordnen den Stellenwert Europas im eigenen Unternehmen oder Verband als hoch ein. Mehr als die Hälfte der Befragten hat in ihrer Firma sogar eine eigene Europaabteilung, und zwei Drittel der Unternehmen und Verbände werden firmenintern regelmäßig über die aktuelle Europapolitik informiert. Auch der Blick auf die Präsenz der Befragten auf europäischer Ebene spiegelt den hohen Stellenwert der Europapolitik wider – 52 Prozent der Befragten unterhalten eine eigene Repräsentanz in Brüssel.

Im Kontrast hierzu stehen die unterentwickelten Kommunikationsstrategien der Wirtschaft: Lediglich ein Viertel der Befragten hat eine konkrete europäische Kommunikationsstrategie. Der Fokus von 74 Prozent der befragten Unternehmen und Verbände liegt noch immer auf der nationalen Kommunikation.

Betrachtet man die Informationsquellen und Medienkanäle, die genutzt werden, um Positionen in Debatten einzubringen beziehungsweise sich täglich zu informieren, so geben 85 Prozent der Befragten an, ihre europapolitischen Positionen am besten in persönlichen Gesprächen in Debatten einzubringen. 70 Prozent nutzen Internetportale, 55 Prozent greifen auf Newsletter zurück. Lediglich 50 Prozent der Befragten nutzen die klassischen Printmedien als Informationsquelle.

Als die bekanntesten und meistgenutzten Europamedien in Deutschland haben sich die Financial Times sowie EurActiv herauskristallisiert. Auch der Economist wird noch recht häufig gelesen.

Aus den Ergebnissen der Umfrage lassen sich **zwei Kernthesen** ableiten:

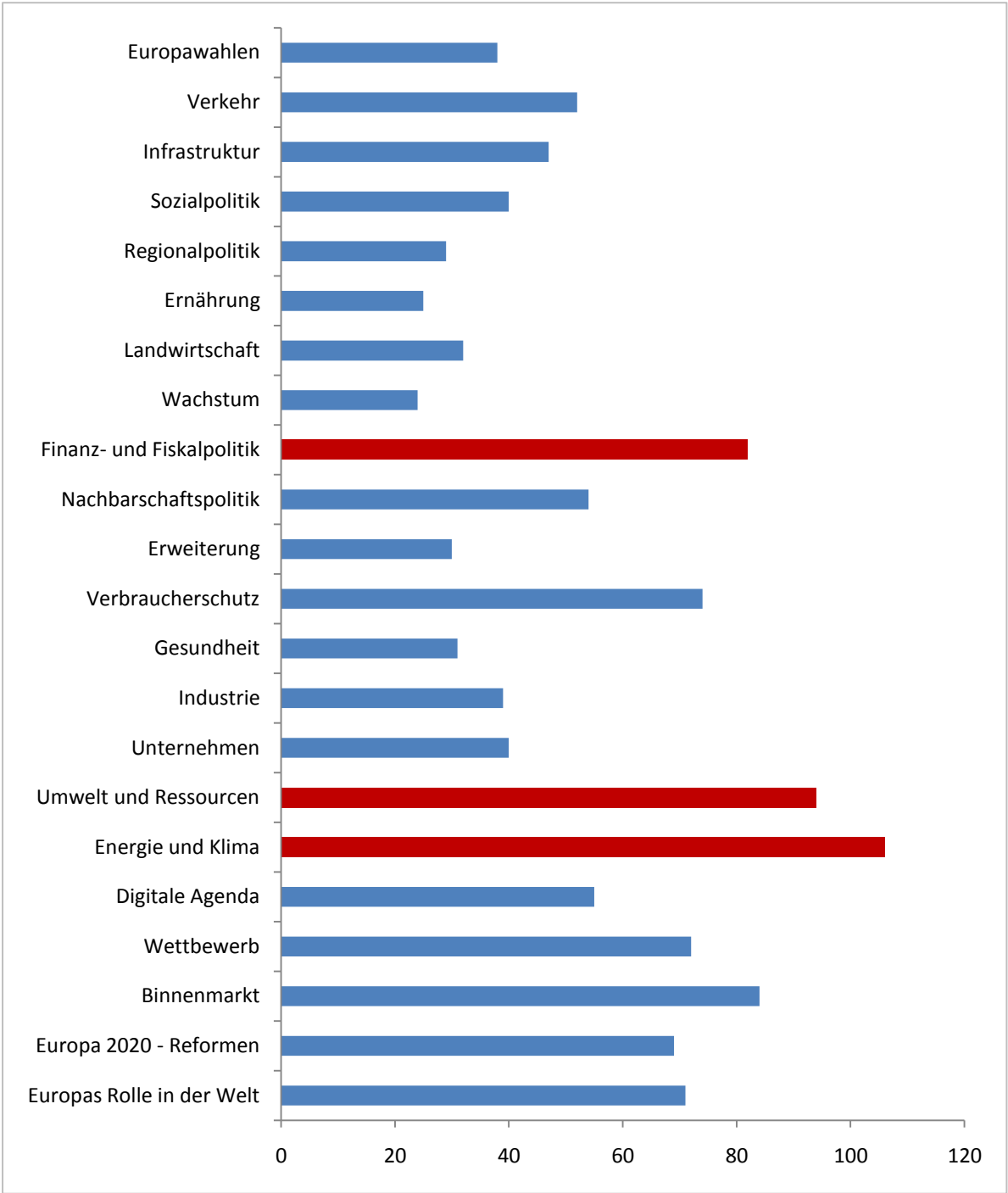
Die deutsche Wirtschaft ist trotz der momentanen Probleme vom Fortbestand der Europäischen Union überzeugt und unterstützt dies auch. Auch der massive Einfluss, den die europäische Politik auf die deutsche Wirtschaft und Politik nimmt, wurde erkannt und spiegelt sich in der Unternehmens- und Verbandspolitik wider.

Dem steht der derzeit noch eklatante Mangel an strategischer Umsetzung dieses Wissens entgegen. Nur ein Viertel der Befragten hat bisher entsprechende Kommunikationsstrategien entwickelt.

Wichtige Schritte in Richtung Europa seien gemacht, in den kommenden Jahren müsse nun intensiv an einer strategischen Umsetzung der gewonnenen Erkenntnis gearbeitet werden. Die deutschen Unternehmen und Verbände müssten den Anspruch haben, sich aktiv an den Debatten auf europäischer Ebene zu beteiligen, um im Mehrebenensystem weiterhin erfolgreich ihre Interessen zu vertreten, lässt sich zusammenfassen.

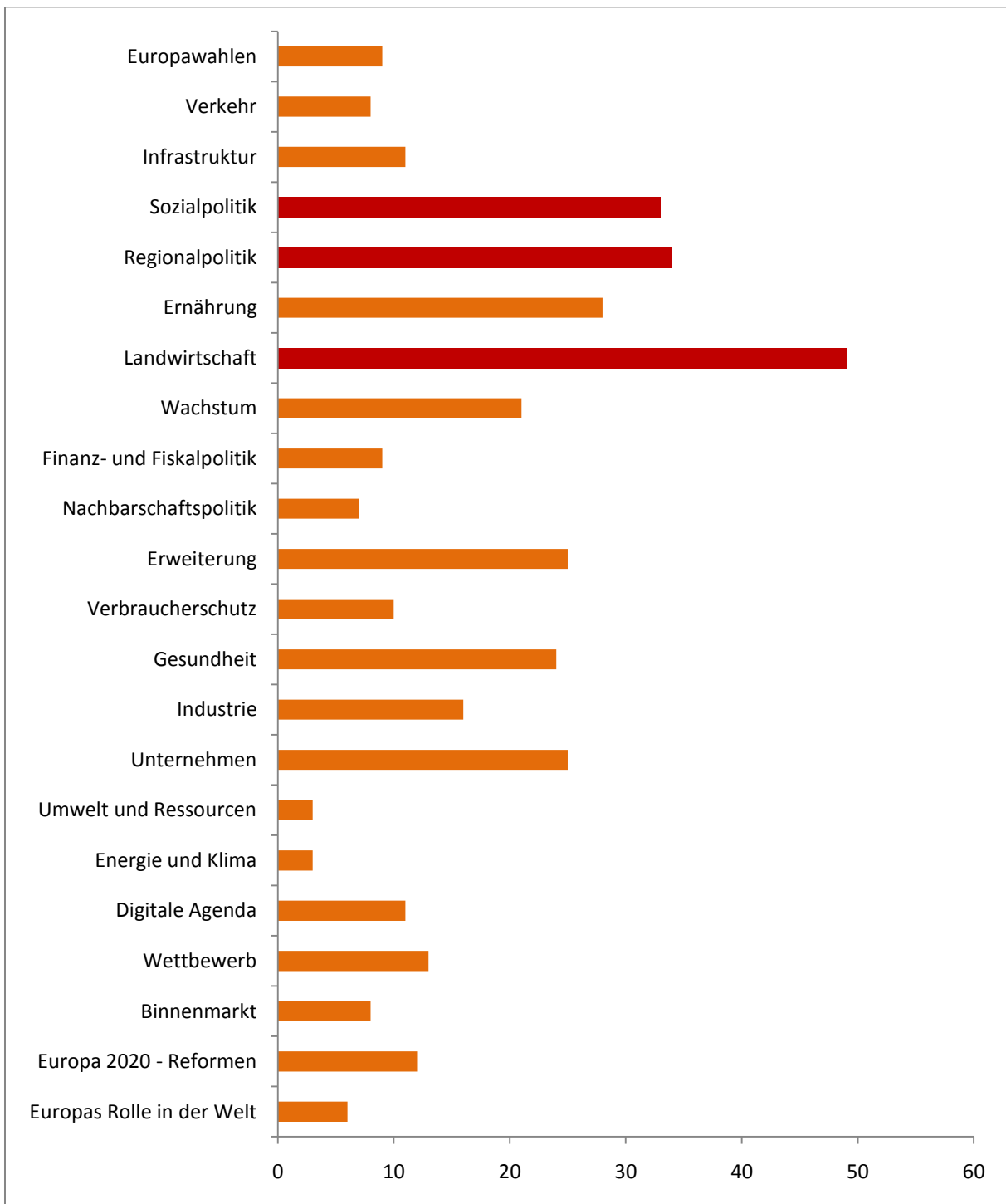
Europa aus der Sicht deutscher Unternehmen und Verbände

1. In welchen Bereichen rechnen Sie mit einem wachsenden Einfluss der EU?



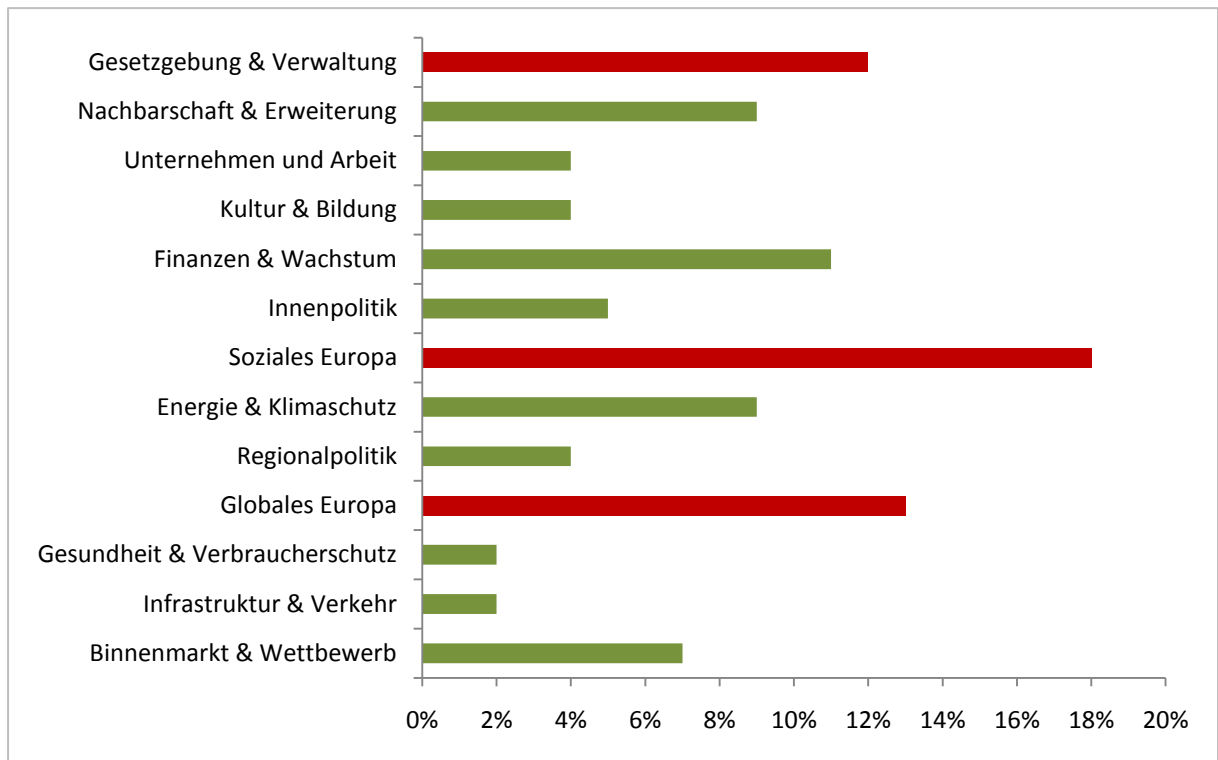
X-Achse: Anzahl der Befragten

2. Aus welchen Bereichen sollte die EU sich zurückziehen?

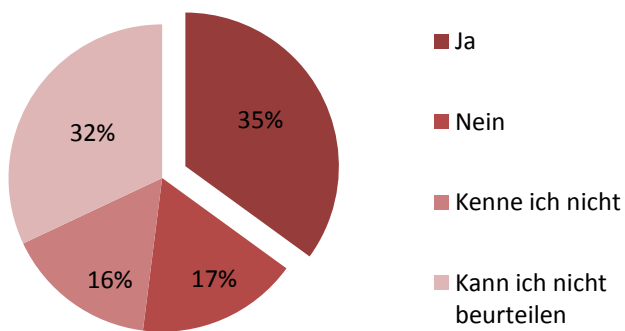


X-Achse: Anzahl der Befragten

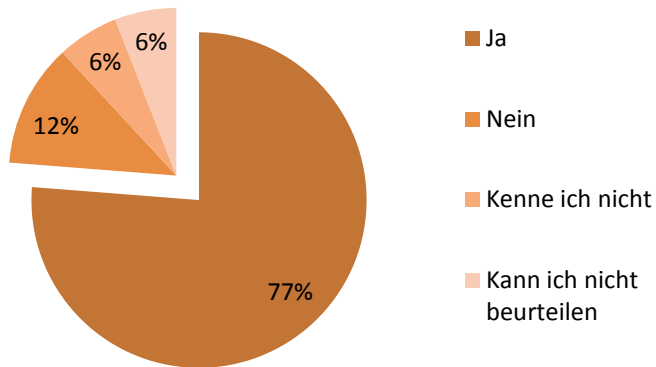
3. Welches EU-Thema vermissen Sie in der deutschen Debatte?



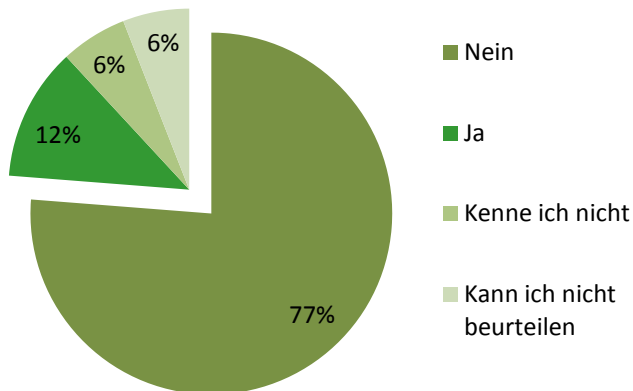
4. Denken Sie, dass die Digitale Agenda zur Stärkung der europäischen Wirtschaft beiträgt?



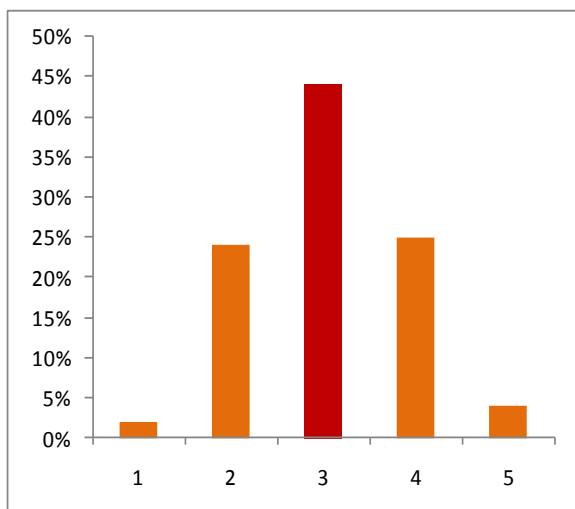
5. Begrüßen Sie die Initiative der Europäischen Kommission, den Binnenmarkt für Konsumenten und Arbeitnehmer zu stärken?



6. Sehen Sie die Regulierung des Finanzsektors durch die EU als erfolgreich an?

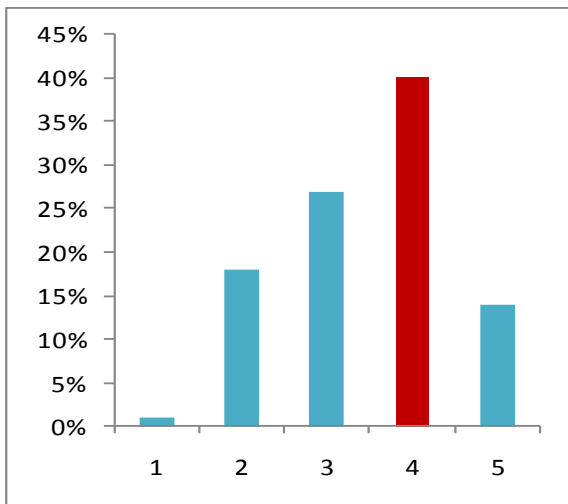


7. Welche Note würden Sie der Europäischen Kommission insgesamt geben?



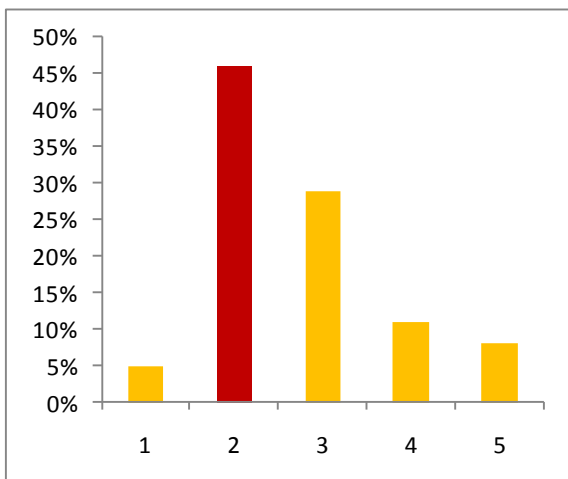
Skala von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft

8. Welche Note würden Sie dem Europäischen Rat insgesamt geben?



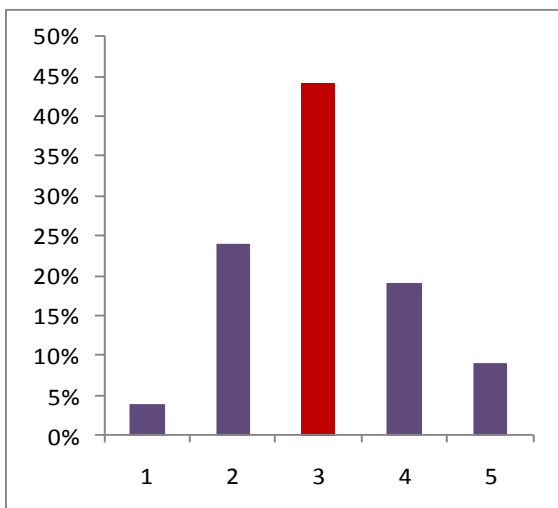
Skala von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft

9. Welche Note würden Sie dem Europäischen Parlament insgesamt geben?



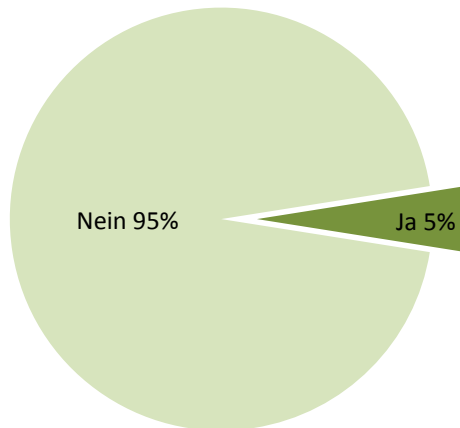
Skala von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft

10. Welche Note würden Sie der Eurozone insgesamt geben?

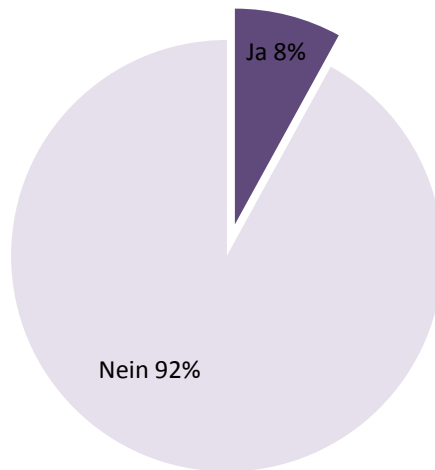


Skala von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft

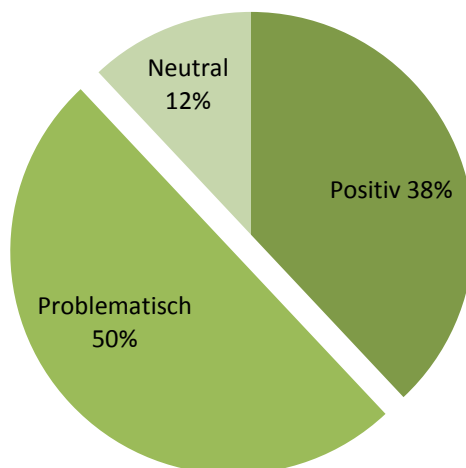
11. Können Sie sich einen Austritt Deutschlands aus der EU vorstellen?



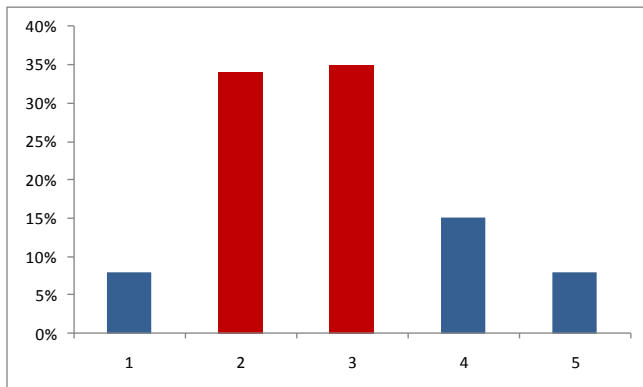
12. Würden Sie ein Ende der Eurozone befürworten?



13. Wie schätzen Sie persönlich die Entwicklung der europäischen Politik in den kommenden Jahren ein?

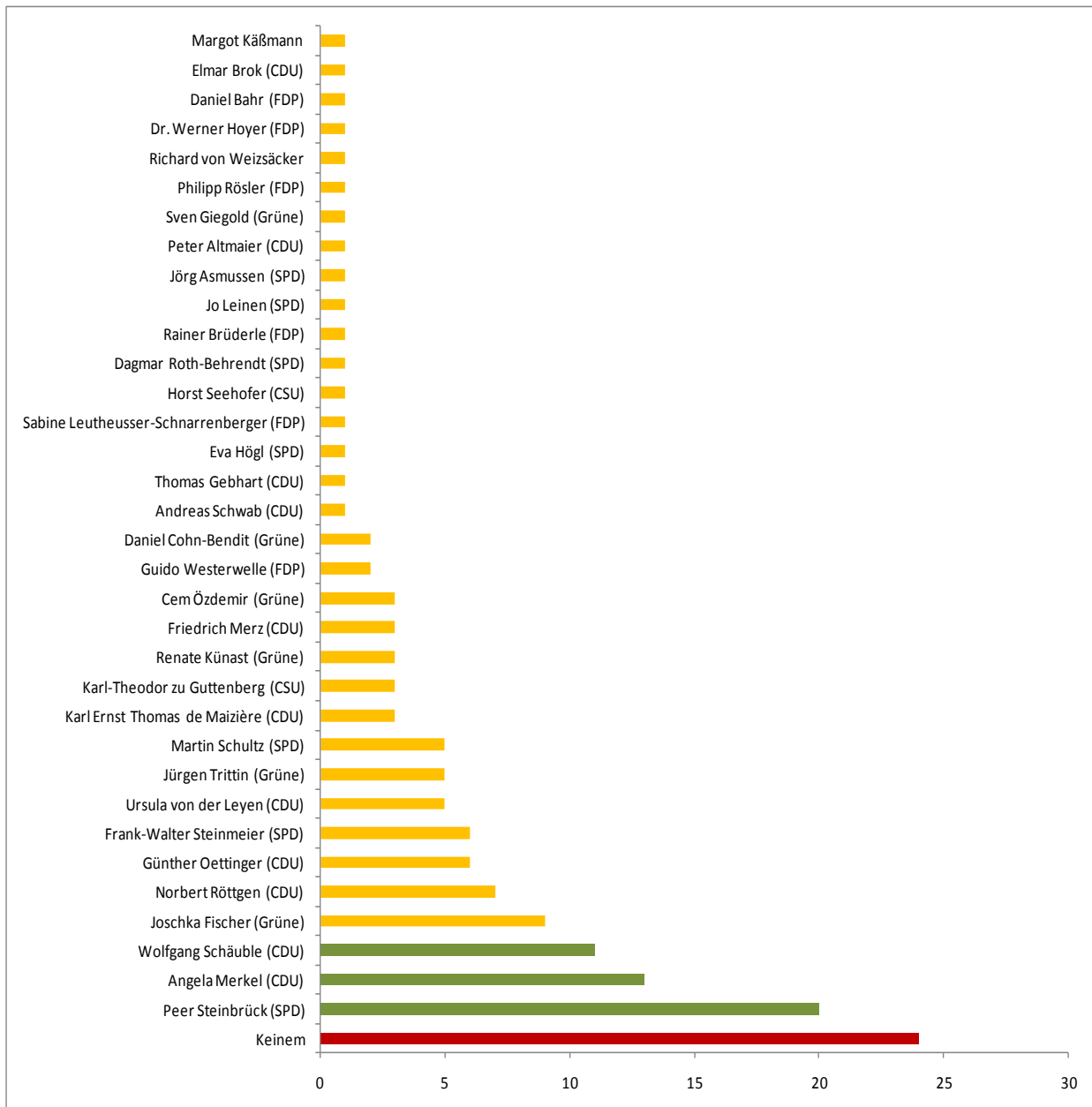


14. Wie sehen Sie deutsche Interessen in Europa vertreten?



Skala von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft

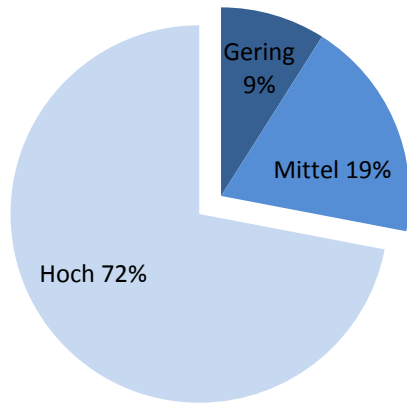
15. Welchem deutschen Politiker trauen Sie eine führende Rolle in Brüssel zu?



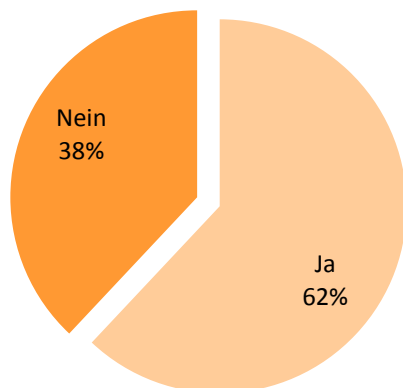
X-Achse: Anzahl der Befragten

Der Stellenwert Europas innerhalb der deutschen Unternehmen und Verbände

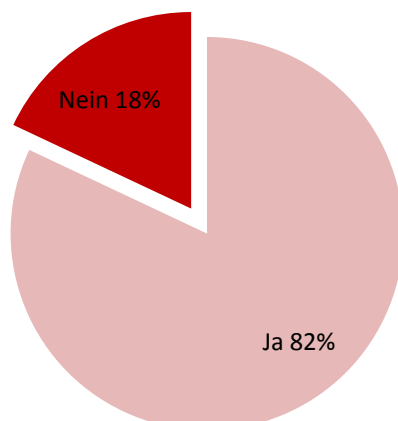
1. Welchen Stellenwert hat EU-Politik / EU-Regulierungen für Ihr Unternehmen?



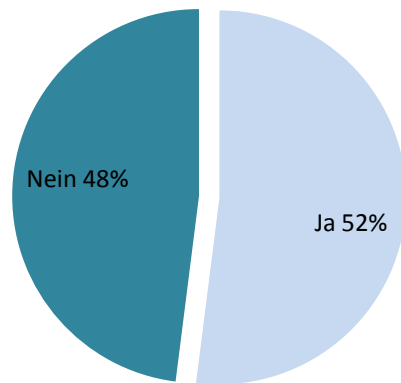
2. Verfügt Ihre Zentrale über eine eigene Europaabteilung?



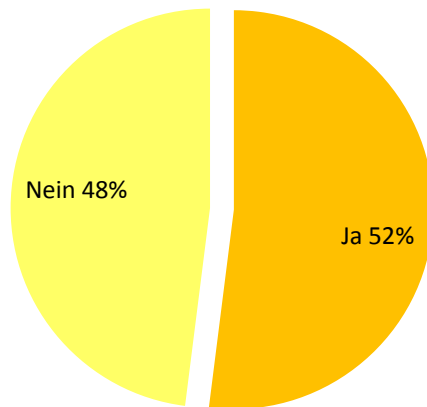
3. Werden Sie firmenintern über EU-Politiken informiert, die ihr Unternehmen betreffen?



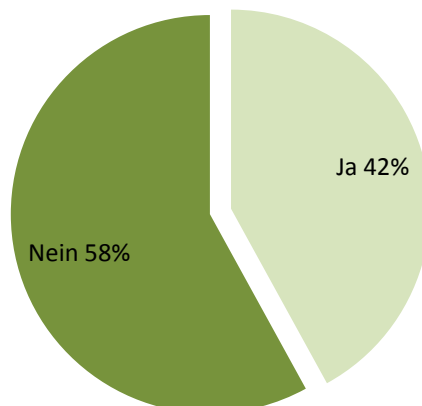
4. Unterhalten Sie eine eigene Repräsentanz in Brüssel?



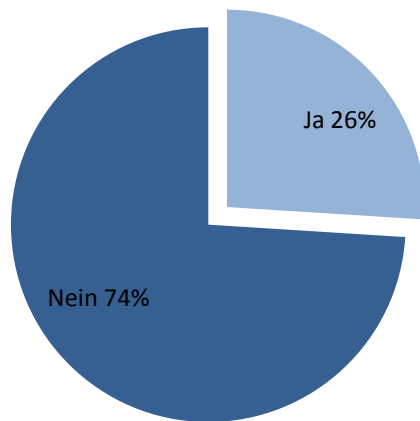
5. Sind Sie Mitglied in einem Europäischen Dachverband?



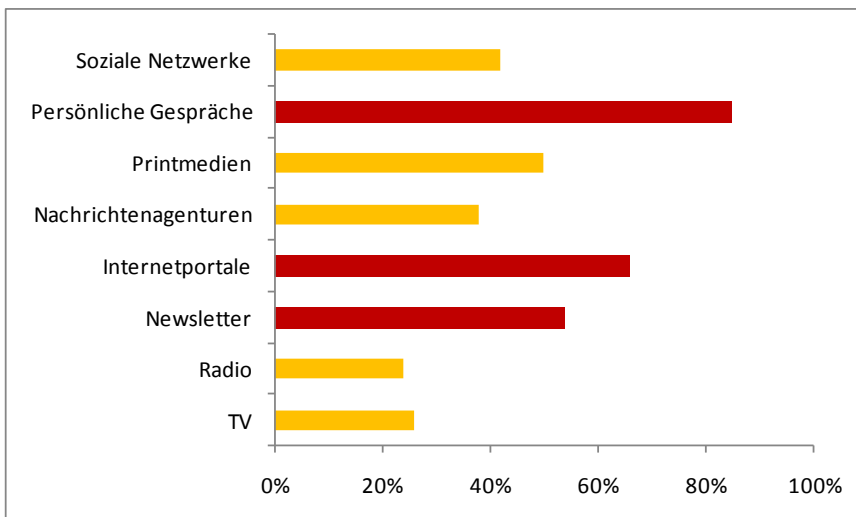
6. Sind Sie Mitglied im Netzwerk der europäischen Bewegung e.V.?



7. Haben Sie eine spezielle (pan)europäische Kommunikationsstrategie?

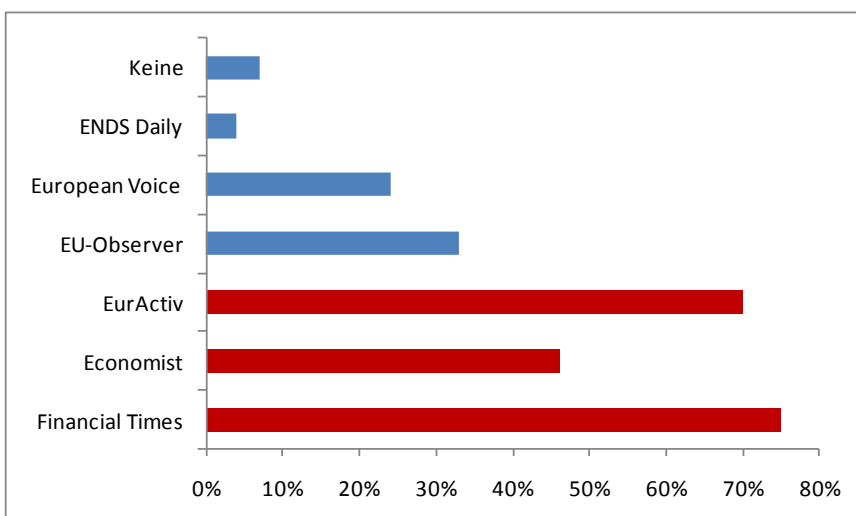


8. Welche Medienkanäle nutzen Sie, um ihre Positionen in europapolitische Debatten einzubringen?



People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

9. Welche Europamedien kennen und nutzen Sie?



People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.