

Alexander Reinfeldt. *Unter Ausschluss der Öffentlichkeit?: Akteure und Strategien supranationaler Informationspolitik in der Gründungsphase der europäischen Integration, 1952–1972.* Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 2014. 329 S. ISBN 978-3-515-10203-2.



Reviewed by Ariane Brill

Published on H-Soz-u-Kult (December, 2016)

Die Studien zur Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit nach 1945 erscheinen schier unüberschaubar. Sie konzentrieren sich zumeist auf Akteursgruppen außerhalb der europäischen Institutionen, nicht zuletzt um zu zeigen, inwiefern „Europa“ in den Vorstellungen seiner Bürger erkennbar war. Überraschenderweise existieren weit weniger geschichtswissenschaftliche Analysen über die Öffentlichkeitsarbeit der EWG/EG. Zudem beziehen sich diese nur auf einzelne Teilspekte, wie das von Gabriele Clemens geleitete Forschungsprojekt über europäische Werbefilme an der Universität Hamburg, dessen Ergebnisse jüngst publiziert wurden. Gabriele Clemens (Hrsg.), *Werben für Europa. Die mediale Konstruktion europäischer Identität durch Europafilme*, Paderborn 2016. Alexander Reinfeldt legt mit seinem Buch eine bislang ausgebliebene systematische Untersuchung über die Informationspolitik der europäischen Hohen Behörde bzw. der Kommission der Europäischen Gemeinschaft von 1952 bis 1972 vor. Er grenzt sich dabei bewusst von der vielgestellten Frage nach der Existenz einer europäischen Öffentlichkeit ab. Vielmehr geht es Reinfeldt um die Adressaten der von den europäi-

schen Institutionen herausgegebenen Informationen in Form von Pressemitteilungen, Broschüren, Veranstaltungen und Informationsbesuchen (S. 77f.).

Der Autor widmet sich dem Gegensatz zwischen der „Elitenorientierung“ des Integrationsprozesses und den Bemühungen der EWG/EG-Organen, die allgemeine Öffentlichkeit zu erreichen. Er analysiert, an wen sich die Informationspolitik richtete, welche Kommunikationsstrategien erkennbar waren und welche Ziele die europäischen Exekutiven damit verfolgten (S. 75). Gleichwohl wirft er die kritische Frage auf, ob in diesem Zusammenhang eine „manipulativ-propagandistische Beeinflussung der öffentlichen Meinung intendiert war“ (S. 78). Damit knüpft die Studie auch an die insbesondere von Hartmut Kaelble verfolgte Frage nach der Entstehung eines Europabewusstseins an.

Die Studie gliedert sich in zwei Hauptteile, die wiederum in mehrere Unterpunkte gegliedert sind. Der erste Teil ist vermehrt theoretisch angelegt und beschäftigt sich mit den „Grundlagen und Institutionen supranationaler Informationspoli-

tik“. Konkret schließt dies die Erörterung der vertraglichen Grundlagen, die institutionellen Rahmenbedingungen, die innere Zusammenarbeit in den europäischen Exekutiven sowie die Rolle des Ministerrats mit ein. Der zweite Hauptteil wendet sich den zentralen Strategien der europäischen Informationspolitik zu. Darunter werden unter anderem Motive und Ziele, Vermittlungsprobleme, Zielgruppen sowie Kooperationen mit der Europabewegung behandelt.

Während Reinfeldt die rechtlichen Grundlagen in aller Kürze darstellt – die Legitimation der Informationspolitik fußte während des gesamten Untersuchungszeitraums auf den in den Gemeinschaftsverträgen festgehaltenen „Grundsatz der Öffentlichkeit für die Europäischen Gemeinschaften“ (S. 91) – zeichnet er detailliert die Entwicklung des Presse- und Informationsdienstes innerhalb der Hohen Behörde nach. Es zeigt sich, dass die nach Gründung der Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl (EGKS) eingerichtete Presse- und Informationsstelle von vielfältigen Zuständigkeiten und stetigen Veränderungen geprägt war. So untergliederte sie sich ab 1955 in nationale Sektoren, die sich verschiedenen Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit widmeten: Bereitstellung von Infomaterial, Herausgabe von Broschüren und anderen Veröffentlichungen und Durchführung von Informationsprogrammen an Schulen oder ähnlichen Einrichtungen (S. 99). Zwei Jahre nach den Römischen Verträgen einigten sich EGKS, EWG und EURATOM auf die Bereitstellung eines Gemeinsamen Informationsdienstes, doch der institutionelle Rahmen war damit noch lange nicht abgeschlossen. Dem Autor gelingt es in diesem ersten Hauptteil, präzise die Debatten und Konkurrenzen zwischen den einzelnen Exekutiven herauszuarbeiten, die erst mit der Gründung der Generaldirektion „Presse und Information“ im Rahmen des Fusionsvertrags von 1967 beseitigt waren.

Der zweite Hauptteil arbeitet die vielschichtigen Adressaten der Informationspolitik heraus: Er

widerlegt zunächst die oft in der Forschung vertretene Ansicht, dass die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Gemeinschaften während des analysierten Zeitraums auf die Schaffung einer europäischen Identität abzielte. Bedeutend ist hier die Unterscheidung zwischen den Begriffen Identität und Bewusstsein, bei der sich Reinfeldt auf Wilfried Loth beruft. Eine Identitätsstiftung im Sinne eines europäischen Zugehörigkeitsgefühls als Ziel der Exekutiven kann der Autor nicht feststellen, wohl aber die Motivation, ein europäisches Bewusstsein zu erzeugen. Letzteres bedeutete nichts anderes, als die breite Bevölkerung für die Notwendigkeit einer europäischen Einigung zu sensibilisieren (S. 180). Wichtiger als die Hervorhebung des Europagedanken seien vor allen in Bezug auf die Informationspolitik in Nicht-Mitgliedstaaten nüchterne Berichte über die Funktionsweise der Europäischen Gemeinschaften gewesen, so Reinfeldt (S. 189). Dies ist eine interessante Erkenntnis, mit der sich die ebenfalls überwiegend nüchterne Europaberichterstattung in der britischen und deutschen Presse in diesem Zeitraum zumindest teilweise erklären lässt. Vgl. dazu Ariane Brill, *Abgrenzung und Hoffnung. „Europa“ in der deutschen, britischen und amerikanischen Presse 1945–1980*, Göttingen 2014.

Die vom Autor herausgearbeiteten Zielgruppen und Adressaten der Informationspolitik untermauern die Elitenorientierung der frühen Integrationsphase. Zwar strebten die Verantwortlichen danach, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen, in der Praxis konzentrierten sie sich jedoch vor allem auf Meinungsführer in Form von Journalisten, Agenturen, verschiedenen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Organisationen sowie Personen des öffentlichen Lebens (S. 199). Im Laufe der 1960er-Jahre kristallisierte sich dann mit der Einführung zunächst sporadischer Bevölkerungsumfragen über ihre Einstellung zur europäischen Integration heraus, dass für die Europapolitiker nicht nur die Meinung der Eliten zählte. Mit der Einführung der regelmäßigen Europabarometer-Umfragen 1973/74 wurde die Möglichkeit

zur staatenübergreifenden Meinungserfassung professionalisiert. Diese Professionalisierung erstreckte sich in den 1970er-Jahren auf die Gesamtheit der europäischen Informationspolitik, bei der nun auch der Aspekt der europäischen Identität eine größere Gewichtung bekam.

Alexander Reinfeldts Studie bietet ein fundiertes Grundlagenwerk zum Spannungsverhältnis zwischen „Europa“ und den Medien. Einzig der erste Hauptteil beinhaltet aufgrund seines rein auf strukturelle Fragen ausgerichteten Inhalts einige unnötige Längen. Gleichwohl wäre es interessant gewesen, die weitere Entwicklung auch über das Jahr 1972 hinaus zu verfolgen. Diese beiden Kritikpunkte schmälern jedoch nicht den Mehrwert des Buches, das einen längst überfälligen Einblick in die Ziele und Zielgruppen der europäischen Öffentlichkeitsarbeit gibt.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Ariane Brill. Review of Reinfeldt, Alexander. *Unter Ausschluss der Öffentlichkeit?: Akteure und Strategien supranationaler Informationspolitik in der Gründungsphase der europäischen Integration, 1952–1972*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. December, 2016.

URL: <https://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=48573>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial-No Derivative Works 3.0 United States License.