

## Themenspecial „EU-Berichterstattung“

Ob die Europäische Kommission ihre Handwerker vor Billigkonkurrenz schützt, den Alkoholexzessen ihrer Jugendlichen einen Riegel vorschiebt oder die Energieeffizienz einer städtischen Ampelanlage regelt – die EU ist überall. Am 1. Januar hat Deutschland die EU-Ratspräsidentschaft übernommen. Sie wird 181 Tage dauern. Gleichzeitig wächst die Gemeinschaft auf 27 Staaten an, Bulgarien und Rumänien sind neue Mitglieder. 493 Millionen Menschen sind jetzt EU-Bürger. Millionen Schicksale sind miteinander verbunden. Nicht nur im fernen Brüssel. Sondern ganz konkret vor Ort, in Ahrensburg, Castrop-Rauxel oder Rosenheim. EU-Berichterstattung im Lokalen ist nötig, und sie ist möglich. Ein Sommerloch darf es eigentlich nicht mehr geben, denn Europa bietet Themen, ganzjährig. Es lohnt auf Entdeckungsreise zu gehen: Wer über Europa berichten will, darf und muss Fragen stellen: Welche Entscheidungen aus Brüssel oder Strassburg beeinflussen das Leben der Leser vor Ort?

### Inhalt:

1. [Die wichtigsten Thesen](#)
2. [Die Fakten](#)
3. [Beispiele und Thementipps](#)
4. [Links und Adressen](#)
5. [Sie sind gefragt!](#)
6. [Vorschau](#)



## 1. Die wichtigsten Thesen

- Europa hat einen hohen Nutzwert fürs Lokale, denn hier wird praktisch umgesetzt, was in Brüssel beschlossen wird.
- Wer Europa auf seine lokale Themenliste setzt, ist der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus: Entscheidungen der europäischen Gremien fallen meist lange bevor sie in nationales Recht umgesetzt werden.
- Nürnberger Würstchen oder Feuerzeug-Verordnung: Europa fesselt die Menschen dann, wenn sie einen konkrete Bezug zu ihrem eigenen Leben erkennen.
- Europa-Hintergründe lassen sich vielfach gut vom Schreibtisch aus recherchieren. Gespräche mit den EU-Abgeordneten der Region und lokalen Ansprechpartnern lassen sich meist vor Ort, über Telefon und ohne Sprachbarrieren realisieren.
- Die meisten Zeitungen haben einen EU-Korrespondenten engagiert. Er oder sie ist der erste und wichtigste Kontakt für das unbekannte Terrain Brüssel.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)



## 2. Die Fakten

Brüssel ist für die meisten Lokaljournalisten weit weg. Räumlich sowieso, kulturell auch: Nicht jeder Journalist spricht Französisch, mangelnde Sprachkenntnisse sind oft genug eine Barriere, in den Köpfen, aber auch ganz real: „Ohne Französisch kommt man in Brüssel kaum durch“, weiß die EU-Korrespondentin Mirjam Stöckel. In der Redaktion selbst ist die Telefonnummer des EU-Korrespondenten meist im Adressbuch des Ressortchefs Nachrichten vergraben, die Informationen der EU-Pressestellen landen im Eingangskorbchen der Mantelredaktion – in der Provinz kommt davon nichts an. Was dagegen ankommt sind, ist „Eurosprech“: Feinstaubrichtlinie oder Dienstleistungsrichtlinie, steife Begriffe, die auch beim zweiten Lesen wenig sexy wirken. Alle paar Wochen entstehen aus einer solchen bürokratischen Richtlinie Schlagzeilen: Dann fragt der Lokalreporter die Kommunalpolitiker, wie groß die Gefahr sei durch Klempner aus Polen. Der EU-Korrespondent fasst die „Handouts“ der EU-Kommission oder des EU-Parlaments zum Thema Dienstleistungsrichtlinie noch einmal zusammen, und das war es dann meist. Die Verbindung zwischen der institutionellen Entscheidung und der kommunalen Umsetzung fehlt. Auch die Erklärung übrigens, was das für die Polen bedeutet, die längst vor Ort arbeiten. Und wer am Ende an der Sache verdient. Der Leser blättert zwischen lokalen und überregionalen Seiten hin und her und wickelt schließlich gelangweilt den Fisch darin ein. Ist Europa wirklich so wenig spannend?

### ***Wie über Europa berichtet wird – Ergebnisse einer Studie***

In einer groß angelegten Feldstudie hat sich das Dortmunder Erich-Brost-Institut für Journalismus in Europa mit der EU-Berichterstattung beschäftigt. 158 Journalisten aus zehn EU-Ländern wurden zum Thema befragt, außerdem 2614 Beiträge vom März 2005 untersucht. Die ersten Ergebnisse der AIM-Feldstudie („AIM“ steht für Adequate Information Management in Europe) wurden im Frühjahr 2006 publiziert. Einige Erkenntnisse daraus lauten:

- Die für die EU verantwortlichen Journalisten müssen ständig darum kämpfen, dass EU-Themen überhaupt in den Medien vorkommen und nicht von den Kollegen als uninteressant abgelehnt werden.

- Viele deutsche Journalisten fühlen sich unsicher im Umgang mit EU-Themen. Die Themen sind komplex und auch die bürokratische EU-Sprache ist eine Barriere.
- Wenn über Europa berichtet wird, dann vor allem in überregionalen Zeitungen und überwiegend im Ressort Außenpolitik, obwohl die Brüsseler Politik vor allem die Innenpolitik beeinflusst.
- Gerade bei Regionalzeitungen fehlen spezielle EU-Experten.
- EU-Berichterstattung orientiert sich fast ausschließlich an der politischen Agenda in Brüssel. Nachrichtenagenturen spielen eine wichtige Rolle in der Berichterstattung.
- Eigene und selbst recherchierte Themen sind die Ausnahme im EU-Journalismus.

### ***Gebrauchsanweisungen für Europa***

„Raumschiff Brüssel“ haben die langjährigen Korrespondenten der Zeitschrift Stern und der Süddeutschen Zeitung, Andreas Oldag und Hans Martin Tillack, ein Buch betitelt, in dem sie Europas Politikzentrale als einen veritablen Lobbyisten-Stadel darstellen. Mit dem Buch haben die beiden Journalisten ein Europa eingefordert, das mehr seinen Bürgern und weniger seinen Bürokraten gehört. Das Bild vom fernen Raumschiff, das fast bedrohlich über den Köpfen der Bürger kreist, symbolisiert treffend das Lebensgefühl vieler EU-Bürger. Für positive Schlagzeilen taugt die EU selten, für ein Wir-Gefühl schon gleich gar nicht. „Wir haben es versäumt, den Menschen wirklich zuzuhören“, sagt Margot Wallström, zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit der EU-Kommission, dazu (Journalist 9/2005), „das muss sich ändern.“ Im Februar 2006 stellte Wallström das Weißbuch „Europäische Kommunikationspolitik“ vor ([ec.europa.eu/communication\\_white\\_paper/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/communication_white_paper/index_de.htm)). Ein Text voller Ideen für mehr öffentliche Dialoge und mehr Europa bis in die kleinste Gemeinde hinein.

**•Journalistenreisen:**

Um die europäische Idee zu transportieren, soll Journalisten auch der Weg nach Brüssel erleichtert werden. Über die entsprechenden Pressestellen der Kommission in den Mitgliedsstaaten können sie sich derzeit relativ unkompliziert für einen Brüssel-Besuch bewerben. Gefragt sind gerade Lokaljournalisten, ob fest oder frei. Eine solche Einladung ist allerdings mit Vorsicht zu genießen und als das zu sehen, was es ist: eine PR-Veranstaltung mit dem Duft der großen weiten Welt.

Erfahrene EU-Korrespondenten mutmaßen, dass die neuen Informationsstrategien der EU-Kommission darauf abzielen, die Journalisten vor Ort und ihr Fachwissen zu umgehen.

**•Journalisten-Sites:**

Gut 1.000 Journalisten arbeiten in Brüssel, und einige Europhile haben sich Angebote für die Kollegen zu Hause ausgedacht. Von EU-Journalisten mitbegründet ist der Verein „Europa einfach“. Eines seines Gründungsziele ist es, die entsprechende Berichterstattung in Regionalzeitungen zu verbessern. Unter den Fittichen von „Europa einfach“ gedeiht außerdem das Portal „Europa digital“. Hier werden Grundwissen erklärt (Tipp: das „Dschungelbuch“) und Hintergründe geliefert, die Texte stammen von ehrenamtlich arbeitenden Autoren. „Unsere Presseschau hat konstant hohe Zugriffszahlen“, empfiehlt Michael Bornkessel, Redaktionsleiter von „Europa Digital“, ein weiteres nützliches Recherchewerkzeug. Die Webseiten von „Europa einfach“ hingegen sind wenig aktuell: Gerade mal zwei Beispiele für EU-Berichterstattung im Print-Bereich und der EU-Newsletter für Lokalredakteure mit Themenideen wurden eingestellt. Man habe zu wenig Zeit für die Pflege, sagt Bornkessel.

Äußerst lebendig dagegen ist der Newsletter von Detlef Drewes, Korrespondent für die Augsburger Allgemeine und 15 weitere deutsche Regionalzeitungen. Lokaljournalisten können seinen Nachrichtenüberblick kostenlos über [www.ddrewes.de](http://www.ddrewes.de) abonnieren. „Europa zeigt sich nicht in Brüssel, sondern vor Ort“, sagt Drewes, „es ist schade, dass wir die Kollegen nicht stärker erreichen.“ Um diesen Appetit zu machen, liefert der Journalist pro Newsletter drei Themen, gerade ausreichend umrissen, um den Bürgermeister vor Ort anzurufen. Dort steht dann beispielsweise: „Zwölf Jahre sind Europas Jugendliche alt, wenn sie zum ersten Mal zur Flasche greifen. Mit 14 haben Sie ihren ersten Vollrausch. Vor diesem Hintergrund hat die EU-Kommission jetzt ihre Alkoholstrategie vorgestellt.“

Drewes liefert Ideen, welche Folgen das jeweilige Thema in der Region hat, gibt außerdem Link-Tipps – genügend Material, um die Geschichte vor Ort zu recherchieren. Für Recherchen in der EU sei eine Lokalredaktion sowieso nicht ausgestattet, kritisiert er: „In 98 Prozent der Redaktionen sind die Telefone für Auslandsgespräche gesperrt.“ Weshalb sich der Brüsseler Korrespondent eine Internet-Telefonnummer zugelegt hat, um für seine lokalen Auftraggeber erreichbar zu bleiben. Lokalredakteuren rät er, bei EU-Recherchen immer den eigenen Korrespondenten anzusprechen – er wird im Zweifel schneller die richtigen Ansprechpartner kennen. Außerdem, so Drewes: „Zu meiner Kernaufgabe gehört die Betreuung von Lokalausgaben mit hinzu.“

•Journalisten-Schreck:

Die größte und unübersichtlichste Homepage der Welt – das ist doch mal ein knackiger, wenn auch unfreiwilliger Slogan für Europas Internet-Site ([europa.eu.int](http://europa.eu.int)). Die Site spiegelt die Komplexität der europäischen Politik jedenfalls fantastisch wider. Wer hier ohne Vorkenntnisse mit der Suche zu einem Thema beginnt, kann die Recherche im Grunde gleich verloren geben - oder sich fachmännische Hilfe holen. Dabei braucht niemand Furcht zu haben, sich als EU-Neuling zu outen. Der deutsche Kommissionssprecher Martin Selmayr berichtet, dass selbst erfahrene Journalisten ihn regelmäßig anrufen, „nur um zu fragen, unter welchem Unter-Unter-Punkt sie auf der Seite das Gewünschte endlich finden.“ Die Kommission, so Selmayr, arbeite „nach Kräften daran, die Webseiten auch für „Interessierte, die keine Brüssel-Insider sind, so zugänglich wie möglich zu machen“. Womit er (auch) Lokaljournalisten meint. Für solche Nicht-Insider hat er Selmayr auch eine Empfehlung parat: Die neueste Site der EU-Kommissarin Wallström: [http://ec.europa.eu/snapshot2006/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/snapshot2006/index_en.htm) Alles schön bunt dort. Sogar mit Kommissaren-Blog. Die Themen („Sugar reform cuts prices“) gibt die EU vor – vielleicht nicht der richtige Ort für selbstbestimmte Recherche.

## ***Europa – ein Ausblick***

„Je nach Themengebiet sind zwischen 70 und 90 Prozent aller Gesetze, die in Berlin auf den Weg gebracht werden, nicht in der Bundeshauptstadt ausgetüftelt worden“, schreibt die Journalistin Liane von Droste im Drehscheibe-Internetspecial „Europa im Lokalen“, das zusammen mit vielen Thementipps unter [www.drehscheibe.org/materialien](http://www.drehscheibe.org/materialien) zum Herunterladen bereit steht.

Europa ist längst in jedem 100-Seelen-Dorf angelangt. Wer genauer hinschaut, erkennt überall Zusammenhänge. Zum Beispiel: Anfang November ist die EU-Handgepäckvorschrift in Kraft getreten. Anlass sind die vereitelten Anschläge mit flüssigem Sprengstoff auf Fluggesellschaften in London. Haben Sie eigentlich mal nachgeprüft, ob im Supermarkt um die Ecke die inzwischen vorgeschriebenen wieder verschließbaren Frischhaltebeutel ausverkauft sind? Oder ob Firmen in Ihrem Verbreitungsgebiet mit der Lieferung nicht mehr nachkommen, die Produktion umstellen? Das Hamburger Abendblatt hat bei einer entsprechenden Recherche Ende November erstaunliche Konjunktur-Daten ausgemacht („Ansturm auf Gefrierbeutel“, 28.11.2006)

Aber warum in die Vergangenheit blicken, wo die Zukunft doch beschlossene Sache ist: Wenn Europa bis 2020 ein Fünftel seiner heute verbrauchten Energie einsparen will - was bedeutet das für Ihre Kommune? Werden neue Ampelschaltungen eingebaut, die den Verkehr effektiver leiten und somit Kohlendioxid-Emissionen vermeiden helfen? Und was ist mit dem arbeitslosen Handwerker, der jetzt mit seiner Familie nach Schweden zieht, weil es dort eine Stelle für ihn gibt: Wie lebt es sich als europäischer Gastarbeiter? Wieso kann er gehen, aber der polnische Klempner darf nicht in Deutschland arbeiten? Sind wir schon alle Europäer? Wie würden wir in einem Europa-Quiz abschneiden? Könnte es eine europäische Nationalmannschaft geben?

Übrigens: 2009 ist Europawahl.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

### 3. Beispiele und Thementipps

#### **Umdenken: Henrico Frank als europäischer Arbeitsloser**

Das Nachrichtenmagazin Europolitan erscheint nur im Internet. Seine Zielgruppe: Deutsche zwischen 30 und 45 Jahren, die sich verstärkt fürs Ausland interessieren. So definiert Gründer und Chefredakteur Marc Sondermann die Zielgruppe. Er will damit eine Lücke in der europäischen Medienlandschaft schließen, über den Tellerrand blicken, wie er sagt.

Bei der Auswahl seiner Themen sitzt Sondermann in seiner Redaktion in Italien. Korrespondenten in verschiedenen Städten Deutschlands, aber auch in Amsterdam, Brüssel oder London, nehmen über Skype und Konferenzschaltung an der Themenfindung teil. Das Nachrichtenmagazin sucht nicht die tagesaktuelle Exklusivmeldung, sondern den Hintergrundbericht, im Fokus steht das globale Geschehen: „Henrico Frank, der EU-Beitritt der Türkei und die Auseinandersetzungen zwischen Bush und dem Irak wurden zuletzt am häufigsten angeklickt“, sagt Sondermann.

Um seinen konsequent europäischen Blickwinkel zu erklären, wählt er ausgerechnet das Beispiel Henrico Frank, diese typisch deutsche Geschichte von einem volkstümlichen Ministerpräsidenten und seinem arbeitslosen Herausforderer: „Wir fragen uns bei der Berichterstattung: Wie geht man europaweit mit dem Thema Arbeitslosigkeit um? Wir verknüpfen einen solchen Fall mit Beispiel aus anderen Ländern. So kann man Interesse wecken.“ Der Wiesbadener Langzeitarbeitslose Frank war durch eine Auseinandersetzung mit SPD-Chef Kurt Beck in die Schlagzeilen geraten. Der SPD-Chef hatte ihm auf einem Weihnachtsmarkt in Wiesbaden empfohlen, wenn er sich wasche und rasiere, bekomme er auch einen Job.

Europa-Themen von deutschen Arbeitsplatz aus zu recherchieren, hält der Internet-Journalist für machbar: „Die Recherchemöglichkeiten online haben sich vereinfacht. Allein, wenn Sie sehen, wieweit sie mit Google-News kommen.“ Ohne Sprachkenntnisse in Englisch und Französisch allerdings geht auch hier wenig.

Info: [www.europolitan.de](http://www.europolitan.de), regelmäßige Presseschau unter [www.eurotopics.de](http://www.eurotopics.de)

### **Schützenswert: das Nürnberger Würstchen**

Die Nürnberger Würstchen waren 2006 ein Thema – seit bekannt wurde, dass der Name des regionalen Produkts durch EU-Gesetzgebung geschützt wird. Bleibt die Frage, warum sich Brüssel mit einem Würstchen aus Süddeutschland beschäftigt. Antworten dazu kamen unter anderem von der Journalistin und EU-Korrespondentin Mirjam Stöckel. Sie hat über den Namensschutz der EU für regionale Spezialitäten geschrieben, in speziell auf ihre regionalen Kunden zugeschnittenen Artikeln.



Stöckel, die seit Herbst 2006 in Brüssel als freie Korrespondentin arbeitet, hat Journalismus an der Dortmunder Universität studiert. Ihre Diplomarbeit hat sie der Frage gewidmet, wie deutsche Zeitungen über die EU berichten. Ihre Erkenntnis: „Es ist nicht einfach, Leser für EU-Themen zu begeistern.“ Damit europäische Themen interessierten, müssten die Menschen vor Ort deren Auswirkungen am eigenen Leib spüren – „am Geldbeutel, an der Gesundheit, im Bezug zur eigenen Region“. Die Recherche zum Namensschutz habe sie für die Mantelteile der Zeitungen, die sie beliefe, regional unterschiedlich umgesetzt: mit Nürnberger Würstchen, schwäbischen Maultaschen oder Dortmunder Bier. Für den Lokalteil müsse man solche Themen noch weiter herunterbrechen.

### **Betrifft jeden, interessiert aber nicht jeden: die Feuerzeug-Verordnung**

Wie viele deutsche Haushalte haben ein Feuerzeug in der Schublade liegen? Wie viele Gedanken man sich um diesen banalen Alltagsgegenstand machen kann, hat Jeanne Rubner, Redakteurin der Süddeutschen Zeitung, in einem ganzseitigen Artikel beschrieben. „Die Geschichte der Verordnung 2006/502/EC“ hat sie ihren Text genannt (SZ vom 2./3.12.2006). Es ist die Geschichte einer europäischen Richtlinie – der Feuerzeugverordnung – und ihrer nationalen Auswirkungen. Sie erzählt, wie eine bayerische Europaministerin gegen vermeintlich überflüssige bürokratische Reglements kämpft und warum europäische Verbraucherschützer einen Standard für kindersichere Feuerzeuge entwerfen wollten, damit weniger Wohnungen in Flammen aufgehen und weniger Menschen durch Feuer verletzt werden. Rubner beschreibt, weshalb den EU-Beamten die Richtlinie so dringlich erschien – 30 bis 40 Kinder sterben jedes Jahr beim Spiel mit einem Feuerzeug in den Ländern der Europäischen Union – und dass der deutsche Bundesrat die Verordnung trotzdem platzen ließ wegen „zu viel Bürokratie“.

Rubner beendet den Artikel mit einem Hinweis auf einen Wohnungsbrand in den Niederlanden, wo Mitte November zwei kleine Kinder schwer verletzt wurden. Sie hatten mit einem Feuerzeug gespielt. Den Hinweis dazu hatte Rubner aus einer niederländischen Regionalzeitung. Meldungen über zündelnde Kinder und Wohnungsbrände sind keine Seltenheit in den Lokalausgaben. Sie so aufzubereiten ist eine Menge Arbeit.

Rubner, studierte Physikerin, hat den Beitrag von ihrem Münchner Schreibtisch aus recherchiert. „Es war ein wochenlanges Projekt“, sagt sie. Das Komplizierteste an der Geschichte sei gewesen, die richtigen Ansprechpartner zu finden und den komplexen Vorgang „halbwegs lesbar“ zu beschreiben. Herausgekommen ist ein lebendiges Stück EU-Geschichte, und doch: „Was sie „wahnsinnig überrascht“ habe, sagt Rubner, sei die mangelnde Leserresonanz gewesen. „Ich glaube, es hat nur einen Leserbrief gegeben.“

### Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte: EU-Kommission grafisch

Die AIM-Feldstudie des Erich-Brost-Instituts (siehe „Fakten“) hat auch gezeigt, dass es den Redaktionen schwer fällt, das Thema Europa zu illustrieren: „In 71 Prozent der Zeitungsberichte gibt es keine unterstützenden Illustrationen“, haben die Forscher festgestellt. Ein Beispiel, wie es doch gehen kann, hat die Financial Times Deutschland zum Dienstantritt von José Manuel Barroso mit einer vierfarbigen Doppelseite gebracht (FTD, 22.11.2004). Die neue Kommission mit Köpfen, knappen Erklärungstexten und grafischen Darstellung des Zusammenspiels. Warum nicht auf diese Art und Weise auch einmal das Arbeitsumfeld des/der eigenen EU-Abgeordneten darstellen?

#### Die neue Kommission der Europäischen Union

FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

Quelle: FTD/www.europa-einfach.de

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

#### 4. Links und Adressen

Der Presseraum aller europäischen Institutionen, Dossiers und Mitteilungen auch auf Deutsch:

[http://europa.eu/press\\_room](http://europa.eu/press_room)

Die Pressemitteilungs-Suchdatenbank, auf Englisch oder Französisch:

<http://europa.eu/rapid/>

Für konkret Suchende ein gutes Werkzeug. Hier kann man nachlesen, welches Gesetzesvorhaben der EU sich in welchem Entscheidungsstadium befindet:

<http://ec.europa.eu/prelex/apcnet.cfm?CL=de>

Fundgrube fürs Lokale: Um sich in die aktuelle Themenlage kontinuierlich und mit minimalen Suchaufwand einzulesen, empfiehlt sich ein Abo des EU-Newsletters:

[www.eu-kommission.de](http://www.eu-kommission.de) (unter Presse/EU-Nachrichten)

Falls man sich für einen bestimmten EU-Parlamentarier und dessen Abstimmungsverhalten bei bestimmten Gesetzesinitiativen interessiert:

[www.mein-mdep.de/](http://www.mein-mdep.de/)

„Europe direct“ ist ein Informationsangebot für EU-Bürger und für Basisfragen aller Art bestens geeignet, telefonisch, per Mail oder vor Ort – in Deutschland gibt es rund 50 örtliche Anlaufstellen. Alles unter:

<http://ec.europa.eu/europedirect>

Hervorragende Hilfe bei der Arbeit ist die Site [www.eu4journalists.com](http://www.eu4journalists.com). Sie behandelt alle Probleme der EU-Recherche, von der Auswahl der richtigen Quellen bis zum passenden Ansprechpartner fürs Telefon-Interview.

Mit dem „Dschungelbuch“ haben Korrespondenten und Europa-Journalisten einen leicht verständlichen Führer durch den Dschungel der Brüsseler Eurokratie zusammengetragen:

[www.europa-digital.de](http://www.europa-digital.de)

Journalisten-Portal für Europa, der entsprechende Verein verantwortet auch europa-digital.de:

[www.europa-einfach.de](http://www.europa-einfach.de)



Wie wirkt sich europäische Politik auf die Kommunen vor Ort aus?  
Antworten liefert der Newsletter des EU-Korrespondenten Detlef Drewes. Er erscheint zwölf Mal im Jahr und ist für Lokaljournalisten kostenlos. Abo unter:  
[www.ddrewes.de](http://www.ddrewes.de)

„Europa im Lokalen“: Von A wie Arbeitsmarkt bis Z wie Zuckerrichtlinie hat die Journalistin Liane von Droste Thementipps zusammengetragen:  
[www.drehscheibe.org/dokumente/internetspecial\\_europa-abc.pdf](http://www.drehscheibe.org/dokumente/internetspecial_europa-abc.pdf)

Bürgertelefone kennen alle Lokalredaktionen. Viele Fragen betreffen nicht die Kommune, sondern die EU: Ob Kfz-Zulassung, Aufenthaltsgenehmigung oder Urkunden-Anerkennung – Bürgerfragen beantwortet seit 2002 das EU-Netzwerk „Solvit“: [europa.eu.int/solvit](http://europa.eu.int/solvit)

## **5. Sie sind gefragt!**

Wie hat Ihnen dieses Special gefallen? Oder kennen Sie einen Link, ein Beispiel, einen Beitrag, der unbedingt mit aufgenommen werden sollte? Wir freuen uns über Kommentare, Ergänzungen und Kritik – per E-Mail oder Telefon. Sie können auch das Feedback-Formular auf unserer Internetseite nutzen: [www.initiative-tageszeitung.de](http://www.initiative-tageszeitung.de) – Menüpunkt Feedback.

## **6. Vorschau**

Das nächste ITZ-Special erscheint Ende Februar 2007.

**Thema: Wir über uns - Selbstdarstellung von Redaktion und Verlag.**

Stand: Dezember 2006

Autorin: Andrea Mertes, freie Journalistin, [ana.mertes@web.de](mailto:ana.mertes@web.de)

Herausgeberin: Initiative Tageszeitung e.V.

