



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Brüssel, den 23.11.2011
KOM(2011) 786 endgültig

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN
RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND
DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN**

**Kreatives Europa - Ein neues Rahmenprogramm für die Kultur- und Kreativbranche
(2014-2020)**

1. Einleitung

„Kreatives Europa“, das neue Rahmenprogramm für die Kultur- und Kreativbranche für den mehrjährigen Finanzrahmen 2014-2020¹, fasst die derzeitigen Programme Kultur, MEDIA und MEDIA Mundus unter einem gemeinsamen Rahmen zusammen und schafft eine völlig neue Fazilität, um den Zugang zu Finanzierungen zu verbessern.

Dadurch, dass das Programm auf die besonderen Bedürfnisse der Kultur- und Kreativbranche ausgerichtet ist, deren Zielsetzung die Arbeit über nationale Grenzen hinaus ist, und eine starke Verbindung zur Förderung der sprachlichen und kulturellen Vielfalt aufweist, ergänzt es andere EU-Programme, wie Strukturfondsförderung für Investitionen in die Kultur- und Kreativbranche, Restaurierung kulturellen Erbes, kulturelle Infrastruktur und Dienstleistungen, Digitalisierungsfonds für kulturelles Erbe und die Instrumente für Erweiterung und Außenbeziehungen. Die Mitgliedstaaten fördern zahlreiche Kulturinitiativen, von denen viele unter staatliche Beihilferegulungen fallen.

Für den mehrjährigen Finanzrahmen 2014-2020 schlägt die Kommission eine deutliche Erhöhung des Budgets für die Kultur- und Kreativbranche auf insgesamt 1,801 Mrd. EUR (jeweilige Preise) vor, das entspricht einer Steigerung um 37 % gegenüber dem derzeitigen Ausgabenniveau. Diese Erhöhung entspricht der Logik und den Prioritäten der Strategie Europa 2020 und ihrer Leitinitiativen, da Investitionen in die Kultur- und Kreativbranche direkt zur Erreichung des strategischen Zieles der Förderung intelligenten, nachhaltigen und integrativen Wachstums beitragen. Im Jahr 2008 steuerte die Kultur- und Kreativbranche geschätzte 4,5 % zum EU-BIP bei und beschäftigte rund 3,8 % der europäischen Arbeitskräfte². Neben diesem direkten Beitrag zur Beschäftigung und Wachstum zeigt diese Branche auch Wirkung in anderen Bereichen – wie Tourismus, IKT-Inhalte³ – und unterstützt Bildung, soziale Inklusion und soziale Innovation. Sie ist daher zu einem Zeitpunkt, zu dem Europa die gegenwärtige Wirtschaftskrise zu überwinden versucht, besonders wichtig. Obwohl viele Länder in den letzten Jahren überdurchschnittliche Wachstumsraten verzeichneten, steht diese Branche vor besonderen Herausforderungen und Schwierigkeiten. Wenn sie ihr Potenzial für weiteres Wachstum nutzen soll, ist ein kohärenter strategischer Ansatz erforderlich, um auf diese Problematik zu reagieren und die richtigen Voraussetzungen zu schaffen: Das ist das Kernziel des Vorschlags „Kreatives Europa“.

Das neue Programm ist ein einfaches, leicht zu erkennendes und zugängliches Tor für europäische Kultur- und Kreativschaffende, unabhängig von ihrer Kunstdisziplin, und bietet Raum für internationale Aktivitäten innerhalb und außerhalb der EU.

Während der Ausarbeitung des Vorschlags hat die Kommission interessierte Parteien umfassend konsultiert. Darüber hinaus hat sie sich auf die Zwischenevaluierungen der derzeitigen Programme und auf unabhängige Studien gestützt. Weiters hat die Kommission das Feedback zu ihrem Grünbuch „Erschließung des Potenzials der Kultur- und

¹ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen – Ein Haushalt für „Europa 2020“, KOM(2011) 500 endgültig vom 29.6.2011.

² „Building a Digital Economy: The importance of saving jobs in the EU's creative industries“, TERA Consultants, March 2010.

³ Empfehlung der Kommission zur Digitalisierung und Online-Zugänglichkeit kulturellen Materials und dessen digitaler Bewahrung, C(2011)7579 endgültig, 27.10.2011.

Kreativindustrien“⁴ ebenso berücksichtigt wie die Empfehlungen, die Expertinnen und Experten im Kontext der offenen Koordinierungsmethode im Bereich der Kultur und des strukturierten Dialogs mit dem Sektor im Zeitraum 2008-2010 abgegeben haben.

2. Von den derzeit laufenden Programmen lernen und zukünftigen Bedürfnissen Rechnung tragen

Um die optimale Nutzung des neuen und aufgestockten Budgets zu gewährleisten, baut das neue Programm auf zahlreichen Leistungen der laufenden Programme auf, reagiert aber auch auf die wichtigsten Nachteile, die in den Evaluierungen oder in der direkten Erfahrung mit der Verwaltung des Programms zutage getreten sind. Mit dem Programm wird auch eine völlig neue Fazilität zur Verbesserung des Zugangs der Kultur- und Kreativbranche zu Finanzierungen vorgeschlagen, um auf eine sowohl in unabhängigen Forschungsarbeiten als auch in Konsultationen eindeutig festgestellte Notwendigkeit zu reagieren.

2.1. Erfolge der derzeit laufenden Programme

Die Evaluierung der derzeitigen EU-Programme für die Kultur- und Kreativbranche hat ergeben, dass sie den Sektor gestärkt und das Zirkulieren von Kunst- und Kulturschaffenden sowie Kunstwerken gefördert und dadurch einen wichtigen Beitrag zur kulturellen und sprachlichen Vielfalt geleistet haben.

Für das **Programm Kultur** mit einem kleinen Jahresbudget von 57 Mio. EUR – das entspricht in vielen Fällen dem Jahresbudget eines einzelnen Opernhauses/Unternehmens⁵ – sind die EU-Ausgaben äußerst kostenwirksam. Im Rahmen des Programms können Künstler/innen und Kulturschaffende ihre Fähigkeiten und ihr Know-how durch informelles Peer-Learning und durch neu geschaffene Berufswege verbessern; das hat Tausenden von ihnen – geschätzte 20 000 pro Jahr – beim Aufbau einer internationalen Karriere geholfen.

Tausende Kulturorganisationen – deutlich mehr als 1000 Organisationen pro Jahr – erhalten die Möglichkeit, grenzübergreifend zusammenzuarbeiten und durch Partnerschaften mit Akteurinnen und Akteuren aus anderen Ländern von bewährten Praxisbeispielen zu lernen. Akteurinnen und Akteure können Koproduktionen durchführen, sich vernetzen und neue berufliche Chancen entdecken sowie ihre Arbeit und ihren Blickwinkel stärker international ausrichten. Das hat sich positiv und strukturierend auf den Sektor und seine Fähigkeit, größere Märkte anzusprechen, ausgewirkt. Das Programm hat die Entwicklung von Branchen und Kunstformen, die Entstehung neuer Werke und Aufführungen unterstützt, Zugang und Partizipation, Forschung und Ausbildung in diesem Bereich sowie Information, Beratung und praktische Unterstützung gefördert.

Es war möglich, jedes Jahr tausende Werke, darunter rund 500 literarische Übersetzungen, zirkulieren zu lassen. Die Unterstützung durch das Programm gilt als Qualitätssiegel für Kulturprojekte. Über die Projektaktivitäten wurden viele Millionen Menschen sowohl direkt als auch indirekt erreicht und kamen in den Genuss kultureller Werke aus anderen Ländern.

⁴ Grünbuch „Erschließung des Potenzials der Kultur- und Kreativindustrien“, KOM(2010) 183; Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen „Analysis of the consultation launched by the Green Paper on „Unlocking the potential of cultural and creative industries“, SEC(2011) 399 final, 24.3.2011.

⁵ Um dies in die richtige Relation zu setzen: Diese 57 Mio. EUR liegen weit unter den nationalen Mitteln der öffentlichen Hand für Kunst und Kultur im Vereinigten Königreich (590 Mio. Pfund), Frankreich (7,5 Mrd. EUR) und Deutschland (8,5 Mrd. EUR).

Über Studien, deren Ergebnisse in die Arbeit der offenen Methode der Koordinierung eingeflossen sind, hat das Programm auch die Evidenzbasis für die Politikgestaltung gestärkt. Da die Projekte kofinanziert werden, überwiegend zu maximal 50 %, hat das Programm zusätzliche öffentliche und private Investitionen in beträchtlicher Höhe bewirkt.

Und schließlich haben die Kulturhauptstädte Europas, die einen EU-Titel erhalten und aus dem Programm finanziert werden (1,5 Mio. EUR pro Hauptstadt), in einigen Fällen bei den Einnahmen eine achtfache Hebelwirkung erzielt, in ihren operationellen Programmen zwischen 15 und 100 Mio. EUR an Investitionen ausgelöst und als Katalysator für zusätzliche Kapitalinvestitionen fungiert. Sie haben in der Regel Millionen Menschen erreicht, Hunderte als Freiwillige eingebunden und den Städten ein langfristiges Erbe in Form verbesserter Kompetenzen, kultureller Kapazität und Lebendigkeit, Infrastruktur und Image hinterlassen.

Was die **MEDIA-Programme** anlangt, hat MEDIA – dank gezielter Maßnahmen zur Optimierung der Kosten-Nutzen-Relation und der Hebelwirkung des Programms – mit einem relativ kleinen Jahresbudget von rund 100 Mio. EUR in einem Markt von tausendfachem Wert signifikante Ergebnisse erzielt. Die Aktionen konzentrieren sich auf Aktivitäten mit positiver Wirkung auf die Wettbewerbsfähigkeit der EU und auf Bedürfnisse, wie den transnationalen Vertrieb, auf die auf nationaler Ebene nicht eingegangen wird. Dank – zumindest teilweise – der Unterstützung durch MEDIA stieg der Anteil europäischer Filme an allen Erstvorführungen in europäischen Kinos von 36 % im Jahr 1989 auf 54 % im Jahr 2009. Das Netz der „Europa Cinemas“ mit mehr als 2000 Kinosälen überwiegend in unabhängigen Kinos in 32 Ländern – das sind 20 % der Premierenkinos in Europa – hat eine breite und vielfältige Palette von Filmen im Angebot und fördert so die kulturelle Vielfalt in 475 Städten. Das Qualitätsprogramm dieser Kinos zog 59 Millionen Besucherinnen und Besucher (gegenüber 30 Millionen im Jahr 2000) an, das sind 5,6 % der Gesamtbesucherzahl in Europa (2,8 % im Jahr 2000). Bei den Einnahmen an den Kinokassen erreichen ausländische europäische Filme, die im Rahmen des Netzes gezeigt werden, einen Anteil von 36 %, gegenüber durchschnittlich 7-8 % in Europa. Auf europäische Filme entfallen 57 % der Besucherzahlen in „Europa Cinemas“-Kinosälen, gegenüber einem europäischen Durchschnitt von 27,7 %.

Das Programm MEDIA stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Branche, indem es Maßnahmen für den Kapazitätsaufbau, z. B. Schulungen, unterstützt und so die Professionalisierung der Branche fördert und die Qualität der Werke verbessert. Jedes Jahr werden rund 1800 Fachleute (aus den Bereichen Produktion, Verleih, Drehbuch) geschult und erwerben sich auf diese Weise relevante Qualifikationen und Kompetenzen und profitieren von der Möglichkeit, sich grenzüberschreitend zu vernetzen. Jedes Jahr können 400 europäische Qualitätsprojekte auf den Markt gebracht werden, weil die Projektentwicklung gefördert wird. Die Unterstützung für Projektportfolios (Paketfinanzierung) im Gegensatz zur Förderung von ausschließlich Einzelprojekten verleiht Produktionsunternehmen (häufig kleinen, unterkapitalisierten KMU) Bonität und eine längerfristige Perspektive mit wichtigen strukturierenden Auswirkungen auf die Branche.

Unabhängige Produktionsfirmen zu fördern, damit sie bestimmte Genres von AV-Werken, wie Dokumentationen und Animationen, für den internationalen TV-Vertrieb produzieren, war angesichts der besonderen Bedürfnisse dieser Genres von entscheidender Bedeutung. Vernetzungsaktivitäten wie Koproduktionsforen, internationale Vermarktungs- und Schulungsinitiativen haben zu einem signifikanten Anstieg bei transnationalen

Koproduktionen geführt (von 26 % europäischer Filme im Jahr 1989 auf 34 % im Jahr 2009). Diese Filme haben ein 2,3-mal so hohes Zirkulationspotenzial wie nationale Filme⁶. Netzwerke wie EAVE, ACE und Cartoon, die mit MEDIA-Förderung entstanden sind, bilden heute das Rückgrat der europäischen Filmbranche.

Der MEDIA-Produktionsgarantiefonds, der 2010 ins Leben gerufen wurde, gibt ausschließlich Filmproduzentinnen und -produzenten Zugang zu privaten Finanzierungsquellen; dies läuft über einen Garantiemechanismus, der Banken gegen Risikobeteiligung ermutigt, Kredite an sie zu vergeben. Es wird damit gerechnet, dass der Fonds mit einem Gesamtbudget von 8 Mio. EUR für vier Jahre dank der Hebelwirkung des Garantiemechanismus mehr als 100 Mio. EUR an Bankkrediten generiert. Der Fonds wurde im Mai 2011 für Anträge geöffnet und von der Filmbranche und von Banken positiv aufgenommen. Das Ergebnis sind ein Dutzend Garantien mit einem Darlehenswert von rund 15 Mio. EUR in zehn verschiedenen Mitgliedstaaten.

Trotz der Erfolge der Programme Kultur und MEDIA muss noch mehr getan werden, um das gesamte Potenzial dieser Branchen zu erschließen, die vor ähnlichen Problemen stehen: Marktfragmentierung, Globalisierung und Digitalisierung, zu wenig vergleichbare Daten und zu wenig private Finanzierungen.

2.2. Gewonnene Erkenntnisse

Bei der Ausarbeitung der Struktur des neuen Programms wurden die Erkenntnisse aus den Vorläuferprogrammen berücksichtigt.

Programm Kultur (2007-2013)

Die für das zukünftige Rahmenprogramm vorgeschlagenen Ziele werden, basierend auf dem derzeitigen Erfahrungs- und Erkenntnisstand, an die realen Bedürfnisse von Projektbetreiberinnen und -betreibern, einschließlich KMU in der Kultur- und Kreativbranche, angepasst. Darüber hinaus sollen die Ziele das Beschäftigungs- und Wachstumspotenzial dieser Branchen fördern und gleichzeitig weiterhin eine starke Verbindung zur Förderung der kulturellen und sprachlichen Vielfalt aufrechterhalten. Was die verschiedenen Aktionen des Programms betrifft, werden zahlreiche Verbesserungen und Vereinfachungen vorgenommen. Die große Anzahl von Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen und die zahlreichen Kategorien, die die Komplexität erhöhen und die Transparenz verringern, wird von 9 auf 4 reduziert. Aktionen, denen die kritische Masse oder eine langfristige Perspektive fehlt oder für die es aufgrund ihrer Struktur zu große Nachfrage gibt, werden eingestellt. Die neuen Maßnahmen stehen im Prinzip aber auch den Akteurinnen und Akteuren offen, die die Zielgruppe der eingestellten Programmteile waren, sofern sie die entsprechenden Bedingungen und Kriterien erfüllen. Eine weitere Vereinfachung ist das Aus für Betriebskostenzuschüsse, die sich als nicht ausreichend ergebnisorientiert und für Antragstellende und Empfänger als kompliziert erwiesen haben. Bei allen zukünftigen Aktionen wird es Projektfinanzhilfen geben, die einfacher sind und einen langfristigen Ansatz fördern. Was die internationale Dimension betrifft, wird die derzeitige Praxis einer jährlichen Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen mit wechselndem Länderschwerpunkt zugunsten einer stärkeren Öffnung des Programms für Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus

⁶ Quelle : Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, 2008.

Beitritts-, Kandidaten- und potenziellen Kandidatenländern, Ländern des europäischen Nachbarschaftsraums und Ländern des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR) aufgegeben, und – auf der Grundlage zusätzlicher Mittel – können im Rahmen des Programms weiterhin langfristige bilaterale oder multilaterale Kooperationsaktionen durchgeführt werden, die auf ausgewählte Länder oder Regionen abzielen.

Die Programme MEDIA 2007 (2007-2013) und MEDIA Mundus (2011-2013)

Das Ausmaß der Veränderung der audiovisuellen Landschaft (vor allem die Digitalisierung und die Globalisierung) erfordern eine genaue Analyse der derzeitigen Fördermechanismen, damit sie an die herrschenden Bedingungen angepasst sind (und im Laufe der Zeit weiterentwickelt werden können). Sowohl auf der strategischen wie auch der operativen Ebene wurden zahlreiche Möglichkeiten für Vereinfachungen festgestellt. Darunter folgende: Konzentration darauf, die Maßnahmen so zu strukturieren, dass sie maximale, systemrelevante Wirkung erzielen; Schaffung einer Finanzfazilität, die schrittweise, wo möglich, die direkten Finanzhilfen ersetzen soll; Erhöhung der Hebelwirkung der EU-Mittel; Integration der internationalen Dimension, die bisher durch das getrennte Programm MEDIA Mundus abgedeckt wurde, in die einzige Rechtsgrundlage; ein Querschnittsansatz bei der Wertschöpfungskette, mit dem eine Reihe von Filmprojekten mit hohem kommerziellem und Zirkulationspotenzial („Champions“) über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg unterstützt wird, von der Schulung bis zum Verleih; transversale Projekte, die mehrere Abschnitte und Akteure der Wertschöpfungskette umfassen; Unterstützung für Vertriebsagenturen mit großer Marktreichweite und einem weltweiten Vermarktungsansatz.

Was die regionale Komponente von MEDIA betrifft, sollte der Zugang vereinfacht und die Möglichkeit geboten werden, am „größeren europäischen audiovisuellen Raum“ teilzunehmen; damit sind alle Beitritts-, Kandidaten-, potenzielle Kandidatenländer, Länder des europäischen Nachbarschaftsraums und EWR-Länder gemeint. Bestimmte Projekte werden Teilnehmenden aus Drittländern offenstehen. Diese Länder würden – nach dem Muster der Schweiz und Kroatiens, die vor Kurzem Mitglieder von MEDIA 2007 geworden sind – eine der Bedeutung ihrer jeweiligen AV-Branche entsprechende Teilnahmegebühr zahlen.

Eine neue Finanzfazilität

Ein ernstes Problem, vor dem die Kultur- und Kreativbranche steht und das behoben werden muss, jedoch nicht mit Finanzhilfen gelöst werden kann, sind die Schwierigkeiten, auf die kleine Kultur- und Kreativunternehmen und –organisationen beim Zugang zu Finanzierungen stoßen.

Obwohl dies für KMU ganz allgemein gilt, ist die Lage für die Kultur- und Kreativbranche aus fünf Gründen noch deutlich schwieriger. Erstens, viele ihrer Vermögenswerte sind immaterieller Natur, wie das Copyright, und scheinen daher (im Gegensatz zu Patenten) nicht in ihren Büchern auf. Zweitens, im Gegensatz zu anderen industriellen Produkten ist Massenproduktion kein Kennzeichen der Kultur- und Kreativbranche. Jedes Buch, jede Oper, jedes Theaterstück, jeder Film und jedes Videospiele ist ein unverwechselbarer Prototyp und die Unternehmen arbeiten eher projektbasiert; die Investition muss jedoch häufig längerfristig sein, um Profit abzuwerfen. Drittens, die „Investitionsbereitschaft“ der Branche ist äußerst gering, da Kultur- und Kreativunternehmen häufig nicht über das notwendige Know-how

verfügen, um ihre Projekte bei Finanzinstituten zu vermarkten. Viertens ist damit das Problem der mangelnden „Investoren-Bereitschaft“ verbunden, da Finanzinstitute selbst zu wenig über diese Branche wissen, häufig die Risikoprofile nicht verstehen und nicht bereit sind, in den Aufbau des erforderlichen Fachwissens zu investieren. Und fünftens fehlen häufig zuverlässige Daten, was wiederum die Möglichkeiten von KMU in dieser Branche einschränkt, an Kreditfinanzierungen zu kommen, da Finanzinstitute ihre Analyse von Darlehensanträgen oft auf statistische Fakten stützen.

Für kleine unterkapitalisierte Unternehmen ist es deshalb sehr schwer, ihre Aktivitäten zu finanzieren und zu wachsen und wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Finanzierungslücke bei Bankdarlehen für diese KMU liegt laut Schätzungen zwischen rund 2,8 und 4,8 Mrd. EUR. Das Problem ist in einigen Mitgliedstaaten akuter als in anderen: Finanzinstitute mit ausgeprägtem Fachwissen sind nur in wenigen Ländern zu finden.

Daher wird mit dem Programm erstmals eine Finanzfazilität für die Kultur- und Kreativbranche geschaffen. Diese Fazilität ergänzt andere EU-Fazilitäten im Rahmen der Strukturfonds oder des Programms für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation, das ein Querschnittskonzept verfolgt und das nur begrenzte Wirkung auf die Ausweitung von Aktivitäten in Branchen wie der Kultur- und Kreativbranche hat, in denen Mittler (Finanzinstitute) nur in geringem Umfang aktiv sind. Diese Fazilität bietet einen erheblichen europäischen Mehrwert und ermöglicht wertvolle Aktivitäten wie Vernetzung und Peer Learning. Ziel ist die systemrelevante Wirkung in Form einer größeren Zahl von Finanzinstituten mit Fachwissen im Bereich der Kultur- und Kreativbranche, die breitere geografische Verteilung und die Unterstützung der Hebelwirkung signifikanter Privatinvestitionen. Weiters soll die Fazilität das Verhalten einiger Teile der Branche verändern, indem sie den Paradigmenwechsel von der Finanzhilfementalität zur Darlehensmentalität fördert, die Wettbewerbsfähigkeit der Branche stärkt und gleichzeitig ihre Abhängigkeit von Mitteln der öffentlichen Hand verringert.

3. Zentrale Aktionen und Prioritäten des Programms

Ein einziges Rahmenprogramm ist die kohärenteste und kostenwirksamste Lösung, die Kultur- und Kreativbranche zu unterstützen und ihren wichtigen Beitrag auf EU-Ebene zu fördern. Es ist ausgezeichnet dafür geeignet, die Aufmerksamkeit auf die Herausforderungen zu richten, vor denen diese Branche derzeit steht, und mit EU-Mitteln gezielt Maßnahmen mit einem EU-Mehrwert zu unterstützen, die dieser Branche helfen, ihr Potenzial für Wirtschaftswachstum, die Schaffung von Arbeitsplätzen und soziale Inklusion zu optimieren. Der Austausch von Wissen und gegenseitig befruchtenden Ideen im Zusammenhang mit gemeinsamen Problemen wird deutlich einfacher werden. Aus der Managementperspektive bringt ein einziges Rahmenprogramm Vorteile im Sinne von Verschlinkung, Vereinfachung und Kostenwirksamkeit, weil Informationsstellen und Ausschüsse zusammengelegt werden, sowie einer geringeren Anzahl von Arbeitsprogrammen.

3.1. Struktur des Programms „Kreatives Europa“

Die Struktur des Programms trägt der Komplexität und Heterogenität der Kultur- und Kreativbranche Rechnung, die von der öffentlichen Hand finanzierte Organisationen genauso umfasst wie Non-Profit-Organisationen und profitorientierte Unternehmen. Darüber hinaus sind die Wertschöpfungsketten in den einzelnen Branchengruppen sehr verschieden. Zum Beispiel sind die Wertschöpfungsketten in den meisten Kultur-Branchengruppen stärker miteinander verbunden als in der AV-Branche (mit Ausnahme der Verlags- und

Buchhandelsvertriebskette sowie der Produktions-, Vertriebs- und Handelskette von Popmusik), da für gewöhnlich der Hersteller des Werkes für Entwicklung, Produktion, Vertrieb und Verkauf sowie Kunden-/Publikumsservice verantwortlich ist. Das bedeutet, dass allgemeine Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen sowie Aktionen für das gesamte Programm nicht auf die Bedürfnisse der verschiedenen Akteurinnen und Akteure abgestimmt und nicht klar genug wären, was in einigen Fällen für Verwirrung sorgen könnte.

Deshalb fiel die Entscheidung zugunsten eines Rahmenprogramms mit drei Aktionsbereichen aus:

- einem horizontalen Aktionsbereich für die gesamte Kultur- und Kreativbranche;
- einem Aktionsbereich „Kultur“ für die Kultur- und Kreativbranche;
- einem Aktionsbereich MEDIA für den AV-Sektor.

Die vorläufige Mittelzuweisung beträgt 15 % für den horizontalen Aktionsbereich, 30 % für den Aktionsbereich Kultur und 55 % für den Aktionsbereich MEDIA.

Die Aktionsbereiche Kultur und MEDIA sind die Nachfolger der derzeit laufenden Programme Kultur und MEDIA/MEDIA Mundus. Der neue horizontale Aktionsbereich besteht aus zwei Teilen. Mit dem ersten Teil wird eine Fazilität eingerichtet, die den KMU und Organisationen im Kultur- und Kreativbereich besseren Zugang zu Finanzierungen verschafft, indem es Finanzmittlern, die Darlehensportfolios aufbauen, einen Kreditrisikoschutz bietet. Darüber hinaus wird mit diesem Programmteil der Aufbau von Kapazitäten/Fachwissen gefördert, um die relevanten Risiken entsprechend zu analysieren. Der zweite Teil dieses Aktionsbereichs umfasst Fördermaßnahmen für die transnationale politische Zusammenarbeit und den Erfahrungsaustausch zwischen Politikverantwortlichen und Akteurinnen und Akteuren; neue Ansätze bei der Gewinnung neuer Publikumsschichten und bei Geschäftsmodellen; Kultur- und Medienkompetenz; Datenerhebung einschließlich Mitgliedschaft bei der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle. Weiters werden Mittel für das Netz der „Kreatives Europa“-Desks (ehemalige Cultural Contact Points und MEDIA Desks) bereitgestellt. Zwar decken die derzeit laufenden Programme Kultur und MEDIA die Maßnahmen dieses zweiten Abschnitts weitgehend ab, angesichts der horizontalen Elemente sind von einem gemeinsamen, transversalen Ansatz jedoch Vorteile – sowohl beim Wissenstransfer als auch bei der Effizienz der Verwaltung – zu erwarten.

3.2. Erwartete Wirkung des Programms

Das Programm soll die Anpassung der Kultur- und Kreativbranche an Globalisierung und Digitalisierung unterstützen. Insgesamt sollte der gezielter gesetzte Schwerpunkt auf der transnationalen Verbreitung von Werken zur verstärkten Verbreitung von Werken, mehr Handel innerhalb des Binnenmarktes, intensiverem internationalem Handel und höheren Einnahmen für die Branche führen. Der **Aktionsbereich Kultur** wird einen klaren Schwerpunkt auf Kapazitätenaufbau und transnationaler Zirkulation aufweisen, darunter internationale Tourneen, neue europäische Plattformen mit einem breiten Strukturierungseffekt und mehr strategische Förderpakete für Verlagshäuser für literarische Übersetzungen einschließlich Unterstützung von Werbemaßnahmen.

Der **Aktionsbereich MEDIA** soll die Ressourcen für den Vertrieb erhöhen, einschließlich mehr und zielgerichteteren Mitteln für den Handel, damit stärkere Handelsunternehmen entstehen können, die auf dem internationalen Markt über höhere Kauf- und Verkaufskraft verfügen. Mehr Unterstützung für in Europa ansässige internationale Koproduktionsfonds soll die Koproduktion von europäischen und nicht-europäischen Produktionsfirmen fördern, die Anzahl der Werke und deren Qualität verbessern und so zur weiteren Erschließung internationaler Märkte beitragen. Unabhängige Entwicklerinnen und Entwickler von Videospiele sollen durch den leichteren Zugang zu Finanzierungen von neuen Wachstumsmärkten profitieren. Das Ergebnis wären höhere Wettbewerbsfähigkeit von KMU, höhere Einnahmen, größere Marktanteile und ein breiteres Publikum.

Die Aktionsbereiche Kultur und MEDIA sollen nicht nur die globale Wettbewerbsfähigkeit und die Größe der europäischen Kultur- und Kreativbranche ausbauen, sondern auch den Konsumentinnen und Konsumenten ein besseres Angebot an Inhalten liefern, mit positiven Auswirkungen auf die kulturelle Vielfalt und die europäische kulturelle Identität. Es wird erwartet, dass neue direkte und zielgerichtete Fördermaßnahmen für die Gewinnung von Publikumsschichten neue Gruppen ansprechen und zu einer höheren Nachfrage führen, obwohl die Größenordnung dieser Wirkung nicht bekannt ist und einen langfristigen Ansatz erfordert. Das Erreichen bisher ausgeschlossener sozialer Gruppen könnte sich auch positiv auf den sozialen Zusammenhalt auswirken. Der Effekt der erhöhten Nachfrage würde sich durch die gesamte Wertschöpfungskette fortsetzen und eine stärkere Zirkulation von Kunstwerken sowie neue Einnahmenströme stimulieren und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche verbessern.

Dadurch, dass **die neue Finanzfazilität** der Kultur- und Kreativbranche besseren Zugang zu Finanzierungen gibt, was die Investitions- und Investoren-Bereitschaft erhöht, soll die Fähigkeit dieser Branche gestärkt werden, private Finanzierungen aufzustellen, ihre Finanzkraft und das kommerzielle Potenzial von Kunstwerken zu stärken und somit ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern sowie neue Chancen für Wachstum und Arbeitsplätze zu schaffen. In einigen Fällen wird das die Abhängigkeit der KMU von Förderungen der öffentlichen Hand verringern, in anderen werden neue Einkommensströme entstehen.

Die Unterstützung der **transnationalen politischen Zusammenarbeit** soll die Verfügbarkeit vergleichbarer Daten verbessern helfen und so eine wirksamere, evidenzbasierte Politikgestaltung ermöglichen. Dies kann die nationalen politischen Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativbranche stärken und zu systemrelevanten Veränderungen beitragen. Die Möglichkeit, Erfahrung und Wissen an neuen Geschäftsmodellen zu erproben und gemeinsam zu nutzen, soll der Branche helfen, sich an die Digitalisierung anzupassen, die neue Chancen für Wachstum und Beschäftigung bietet.

3.3. EU-Mehrwert

Die EU-Intervention zielt auf systemrelevante Wirkung und auf die Förderung der Politikentwicklung ab. Unter diesem Blickwinkel umfasst der EU-Mehrwert

- den transnationalen Charakter und die Auswirkungen der Aktivitäten, die nationale, internationale und andere EU-Programme ergänzen;
- die Größenvorteile und die kritische Masse, die die EU-Förderung erzeugen kann, wodurch wiederum ein Hebel für zusätzliche Mittel entsteht;

- transnationale Zusammenarbeit, die umfassendere, raschere und wirksamere Reaktionen auf globale Herausforderungen bewirken und langfristige systemrelevante Auswirkungen auf die Branche haben kann;
- die Gewährleistung von vergleichbareren Ausgangsbedingungen innerhalb der europäischen Kultur- und Kreativbranche dadurch, dass Länder mit niedriger Produktionskapazität und/oder Länder oder Regionen mit beschränkter geografischer und sprachlicher Reichweite berücksichtigt werden.

4. Zentrale Aspekte der Programmumsetzung

4.1. Methode der Mittelverwaltung

Die überwiegende Zahl der Finanzhilfen unter den Aktionsbereichen Kultur und MEDIA wird weiterhin von der Exekutivagentur Bildung, Audiovisuelles und Kultur (EACEA) über Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen verwaltet. Diese Verwaltungsform hat sich bei grenzübergreifenden Projekten als kosteneffizient erwiesen, wie in verschiedenen Evaluierungen bestätigt. Für Information und Beratung zur Antragstellung im Rahmen des Programms sorgt weiterhin ein Netz von Infostellen (die derzeitigen Cultural Contact Points und MEDIA Desks). Diese Stellen verteilen keine Mittel weiter.

Einige Aspekte des Programms werden direkt von der Kommission verwaltet, vor allem besondere Aktionen wie Auszeichnungen, die Zusammenarbeit mit internationalen Institutionen, einschließlich internationalen AV-Koproduktionsfonds, sowie die Finanzierung der Kulturhauptstädte Europas und des Europäischen Kulturerbe-Siegels.

Die Verwaltung der Finanzfazilität für die Kultur- und Kreativbranche wird einem Drittpartner-Finanzinstitut übertragen; wegen der Art des dafür erforderlichen Fachwissens wird höchstwahrscheinlich der Europäische Investitionsfonds (EIF) damit betraut werden.

4.2. Budgetverteilung

Der Programmausschuss unterstützt die Ausarbeitung des jährlichen Arbeitsprogramms. Gemäß der derzeitigen Praxis werden nach Konsultation des Ausschusses detailliertere Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen mit exakten Kriterien, zu erbringenden Leistungen, Zielpublikum und vorgesehenem Budget veröffentlicht.

4.3. Vereinfachung

Für die Verwaltung der derzeitigen Programme Kultur und MEDIA wurde bereits eine erhebliche Anzahl von Vereinfachungen eingeführt. Es wird aber auch noch weitere Vereinfachungen für das Programm „Kreatives Europa“ geben.

Wie bereits festgehalten, wird die Anzahl der von der EACEA verwalteten Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen für den Aktionsbereich Kultur von 9 auf 4 reduziert. Allgemein werden häufiger Pauschalsätze, Finanzhilfebeschlüsse und Partnerschaftsrahmenvereinbarungen, elektronische Antragstellung und Berichterstattung für alle Aktionen und ein elektronisches Portal zum Einsatz kommen, um den Verwaltungsaufwand für Antragstellende und Empfänger zu reduzieren.

Eine weitere wichtige Vereinfachungsmaßnahme ist die Verschmelzung der beiden Informationsnetze, um Größenvorteile zu erzielen, mehr Transparenz für die Öffentlichkeit zu

schaffen, weil es nur mehr einen EU-Einstiegspunkt gibt, und die Service-Qualität zu erhöhen.

Auch die Einrichtung eines einzigen Programmausschusses wäre ein Beitrag zur kosteneffizienteren und schlankeren Verwaltung des Programms, nicht nur weil dies zu Einsparungen bei den Umsetzungskosten führen würde, sondern auch zu mehr Effizienz dank stärkerer Synergien zwischen den relevanten Politikbereichen und Branchen.

Die Finanzfazilität wird den Einsatz der EU-Mittel verbessern, weil sie einen finanziellen Hebel erzeugt und ihre revolvingen Mittel erneut eingesetzt werden, wodurch die Kommission höhere Effizienz erzielen kann als bei traditionellen Finanzhilfen für Empfängerinnen und Empfänger.

Im Zuge der Ausarbeitung des Vorschlags für das neue Programm hat die Kommission eine breit angelegte Konsultation durchgeführt. Sie wird sich weiterhin mit diesen Stakeholdern und vor allem den Mitgliedstaaten und dem Europäischen Parlament dafür einsetzen, diese neue Vision von und Strategie für die Kultur- und Kreativbranche in Europa voranzubringen.