

DE

DE

DE



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Brüssel, den 20.12.2010
KOM(2010) 777 endgültig

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

Bericht über die Zwischenbewertung des Programms MEDIA 2007

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

Bericht über die Zwischenbewertung des Programms MEDIA 2007

1. EINLEITUNG

Gegenstand des vorliegenden Berichts ist die Zwischenbewertung des Programms MEDIA 2007. Gemäß Artikel 14 Absatz 2 des Beschlusses Nr. 1718/2006/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. November 2006 zur Umsetzung eines Förderprogramms für den europäischen audiovisuellen Sektor (MEDIA 2007)¹ umfasst der Bericht die Zwischenbewertung der erzielten Ergebnisse sowie eine Beschreibung der qualitativen und quantitativen Aspekte der Umsetzung des Programms.

Darüber hinaus sieht Artikel 19 vor, dass die Überwachung und Bewertung der Beteiligung der Europäischen Union an der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle im Rahmen der Evaluierung des Programms MEDIA gemäß Artikel 14 erfolgt.

Der vorliegende Bericht stellt die wichtigsten Ergebnisse, die in den ersten 3 Jahren der Umsetzung erzielt wurden, sowie Empfehlungen zu etwaigen Anpassungsmaßnahmen vor. Er deckt den Zeitraum vom 1. Januar 2007 bis zum 31. Dezember 2009 ab und stützt sich auf die Schlussfolgerungen der Zwischenbewertung, die das Konsortium besteht aus Euréval und der Media Consulting Group (MCG)² durchgeführt hat.

2. DAS PROGRAMM MEDIA

Seit der Annahme des Programms MEDIA I im Jahr 1991 durch das Europäische Parlament und den Rat wurde eine kohärente und langfristige Strategie der finanziellen Unterstützung verfolgt, damit die audiovisuelle Industrie in Europa den europaweiten Markt entsprechend nutzen kann. Diese Politik wurde von den Programmen MEDIA II, MEDIA Plus und MEDIA Fortbildung (2001-2006) fortgeführt.

Im Einklang mit den Grundsätzen der Subsidiarität und Komplementarität setzen EU-Maßnahmen im Vorfeld sowie nach dem Abschluss der Produktion an und überlassen die Unterstützung der Produktion den nationalen Behörden. Das Programm wird also aktiv, um die Aus- und Weiterbildung der AV-Fachkräfte, die Entwicklung, den Vertrieb und die Verbreitung der Werke zu unterstützen.

Das Programm MEDIA 2007 verfügt über ein Budget von 755 Mio. Euro für eine Dauer von 7 Jahren (2007-2013) und verfolgt drei Hauptziele:

¹ ABl. L 327 vom 24.11.2006.

² Der vollständige Text des Berichts ist unter folgender Adresse zugänglich:
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/evalreports/index_en.htm#cultureHeader.

- die Bewahrung und Erschließung der kulturellen Vielfalt Europas sowie seines kinematografischen und audiovisuellen Erbes, um den europäischen Bürgern den Zugang dazu zu gewährleisten und den interkulturellen Dialog zu fördern;
- die verstärkte Verbreitung des europäischen audiovisuellen Schaffens innerhalb und außerhalb der EU;
- die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des europäischen AV-Sektors im Rahmen eines offenen und wettbewerbsorientierten Marktes.

Für die verschiedenen Handlungsbereiche verfolgt das Programm folgende Prioritäten:

- Förderung des kreativen Prozesses im europäischen AV-Sektor sowie des kulturellen Wertes des europäischen kinematografischen und audiovisuellen Erbes;
- Stärkung der Strukturen des europäischen AV-Sektors, vor allem der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU);
- Abbau der Ungleichgewichte zwischen Ländern mit großer Produktionskapazität und Ländern mit geringer Produktionskapazität oder kleinem sprachlichen Verbreitungsgebiet;
- Berücksichtigung und Unterstützung der Marktentwicklungen im Bereich der Digitalisierung.

Neuerungen bei MEDIA 2007

Mit MEDIA 2007 erfolgte eine allgemeine Vereinfachung der Verwaltungsverfahren, indem eine Verhältnismäßigkeitsklausel in die Finanz- und Verwaltungsvorschriften eingeführt wurde. Der Verwaltungsaufwand sollte auf diese Weise verringert und mit der Höhe der Förderung und der Empfängerzielgruppe in Einklang gebracht werden. Darüber hinaus wurden langfristige Partnerschaften in den Aktionsbereichen Fortbildung, Promotion und Kinovernetzung eingegangen.

Die Mehrzahl der Aktionsbereiche (mit Ausnahme der Unterstützung für die Verbreitung in den Formaten VHS und DVD) wurden weitergeführt. Um dem Bedarf der Industrie Rechnung zu tragen, hat MEDIA 2007 neue Aktionsbereiche eingerichtet wie die Erstausbildung, die Entwicklung interaktiver Werke, Video-on-Demand (Video auf Abruf) und digitaler Filmvertrieb und Web-Communitys und Open Media.

Die MEDIA-Programme unterliegen einem kontinuierlichen Bewertungsprozess. Nach einer Ex-ante-Bewertung im Jahr 1998 und zwei Zwischenbewertungen wurden die Programme MEDIA Plus und MEDIA Fortbildung einer Abschlussbewertung für den Zeitraum 2000-2006 unterzogen. Darin wurden die Bedeutung und die Wirksamkeit des Programms bestätigt sowie eine Fortführung der Maßnahmen empfohlen. Darüber hinaus wurde 2004 eine Folgenabschätzung unter Einbeziehung der Elemente der Ex-ante-Bewertung mit Blick auf die Vorbereitung des Programms MEDIA 2007 durchgeführt.

3. ZWISCHENBEWERTUNG VON MEDIA 2007

3.1. Kontext

Das Konsortium Euréval-MCG wurde im Zusammenhang mit einem mit der Kommission bestehenden Rahmenvertrag³ ausgewählt, die Bewertung durchzuführen. Diese wurde nur zwei Jahre nach Programmstart begonnen, d. h. zu einem Zeitpunkt, an dem nur wenige Projekte abgeschlossen waren und sich Mehrzahl der Projekte erst in der ersten Umsetzungsphase befand.

Die Bewertung konzentrierte sich daher hauptsächlich auf Fragen der Wirksamkeit, Effizienz und Relevanz. Bewertet wird also, inwiefern es dem Programm gelingt, Ergebnisse mit den eingesetzten Ressourcen zu erzielen, sowie welcher Zusammenhang zwischen Ergebnissen und Zielen des Programms besteht. Ferner wird die Relevanz der ursprünglichen Ziele im Hinblick auf die Bedürfnisse des Sektors untersucht, und es werden Änderungsvorschläge für den weiteren Verlauf unterbreitet.

Die Ergebnisse der Bewertung werden im Übrigen Grundlage für die Mitteilung zur Fortführung des Programms sein, die gemäß Artikel 14 Absatz 2 Buchstabe b des MEDIA 2007-Beschlusses vor Ablauf des Jahres 2010 vorzulegen ist, sowie für die Folgenabschätzung, die im Hinblick auf die Weiterführung des Programms nach 2013 durchgeführt werden wird.

3.2. Ziele der Bewertung

Das allgemeine Ziel besteht darin, eine externe und unabhängige Beurteilung zu den erzielten Ergebnissen und den qualitativen und quantitativen Aspekten des Programms für den Zeitraum 2007-2009 zu erhalten. In diesem Sinne wurden folgende spezifische Zielstellungen definiert:

- Messung der Relevanz der Ziele im Hinblick auf die Bedürfnisse der audiovisuellen Industrie in Europa und den europäischen Mehrwert des Programms
- Messung der Effizienz bei der Umsetzung und der Wirksamkeit der Ergebnisse im Hinblick auf die allgemeinen Ziele
- Unterbreitung von Änderungsvorschlägen und Formulierung von Empfehlungen für die weitere Umsetzung des Programms
- Analyse der Entwicklung der Bedürfnisse des Sektors und spezielle Bewertung der neuen Maßnahmen, die seit 2007 eingeführt wurden.

3.3. Methodik

Die Bewertung wurde im September 2009 begonnen und im Mai 2010 beendet. Die Einholung statistischer und dokumentarischer Daten wurde ergänzt durch Interviews mit den Programmverantwortlichen in der Kommission und der Exekutivagentur „Bildung, Audiovisuelles und Kultur“ (EACEA). Der Bewerter hat darüber hinaus eine große Umfrage bei Einrichtungen/Unternehmen durchgeführt, die eine Unterstützung durch MEDIA

³ Rahmenvertrag INF/SO/SMART 2007/0035 Los 1.

beantragt haben, sowie bei den MEDIA-Desks in allen Mitgliedstaaten. Auf diese Weise wurden die Ansichten von über 550 Personen eingeholt. Der Bewerber hat die Daten zur Beantwortung der Fragestellung anschließend eingehend analysiert. Dabei kam das Verfahren der Triangulation zum Einsatz, bei dem alle gesammelten Daten vergleichend betrachtet werden. Alle im Bericht enthaltenden Feststellungen basieren – soweit nicht anders angegeben – also auf verschiedenen Quellen.

4. TECHNOLOGISCHER, WIRTSCHAFTLICHER UND RECHTLICHER KONTEXT

Die öffentliche Politik im Bereich der Filmindustrie bzw. der audiovisuellen Industrie steht heute vor großen Herausforderungen angesichts des technologischen Wandels und seiner Folgen für Nutzergewohnheiten, Wirtschaftsmodelle und die Wertschöpfungskette.

4.1. *Technischer Wandel*

Diese Veränderungen sind z. T. auf die Verbreitung des Hochgeschwindigkeitsinternetzugangs in Europa zurückzuführen. Das Fernsehen – einst ein lineares Medium – wird heute eine nichtlineare Plattform, die dem Zuschauer sowohl die Wahl der Inhalte als auch den Zeitpunkt der Nutzung (Catch-up-TV, IPTV, Web TV) erlaubt. Das Internet wird mit Video-on-Demand (Video auf Abruf) auch als Vertriebsplattform genutzt. Mobiltelefone sind ebenfalls von diesem Wandel betroffen und werden zu einer Vertriebsplattform für audiovisuelle Inhalte.

Im Hinblick auf die technischen Hilfsmittel ergeben sich für das Kino, das ursprünglich an einen bestimmten Raum (Kinosaal) gebunden war, mit der schrittweisen Ablösung der 35-mm-Kopien durch digitale Kopien neue Projektionsmöglichkeiten. Die Programmgestaltung wird wahrscheinlich flexibler, und die Digitalisierung kann durch die Einführung des 3-D-Kinos eine wiederbelebende Wirkung mit sich bringen. High-Defintion-DVDs sind erst kürzlich auf den europäischen Markt gekommen, ohne dass sich abschätzen lässt, ob die neue Technologie angenommen wird und dauerhaft Vorteile mit sich bringt, so dass sie in der Wertschöpfungskette bestehen kann.

4.2. *Entwicklung der Nutzergewohnheiten*

Die Gewohnheiten der Nutzer verändern sich mit den technologischen Innovationen. Audiovisuelle Inhalte können problemlos personalisiert, gespeichert und transportiert werden. Wir leben heute in einem Umfeld mit plattformübergreifenden Vertriebsformen, die durch die Verbindung verschiedener Medien entstanden sind. Darüber hinaus wird durch die Übertragbarkeit der Inhalte der Nachteil der physischen Gegebenheiten in einen Vorteil umgewandelt. Werke können heute problemlos zirkulieren und von einem Medium auf ein anderes sowie von einem Gebiet auf ein anderes übertragen werden.

4.3. *Wirtschaftliche Modelle*

Vom wirtschaftlichen Standpunkt aus verlaufen die Veränderungen progressiv. Die Auswirkungen auf den Märkten sind asymmetrisch und von Sektor und Land abhängig. Die Änderungen bei den wirtschaftlichen Modellen lassen sich bei der Beziehung zwischen Fernsehen und Kino feststellen. Das nationale terrestrische Fernsehen war 30 Jahre lang unverzichtbarer Partner bei der Finanzierung des europäischen Kinos. Im Kontext stark rückgängiger Werbeeinnahme der Fernsehsender stagniert derzeit der Wert des Kinos für die

Sender. Gleichzeitig wendet sich das Kino immer mehr den Digitalsendern und dem Bezahlfernsehen zu.

4.4. Verwaltung der Rechte

Die europäische audiovisuelle Industrie steht ebenfalls vor der Frage der Verwaltung der Rechte. Da neue Akteure in den Bereichen Produktion und Vertrieb in den Markt eingetreten sind, hat diese Frage an Bedeutung gewonnen. Im Hinblick auf die Verwaltung der Rechte kommt es im Verlauf der Wertschöpfungskette zu „Kannibalisierungseffekten“. Einige Beobachter rechnen in absehbarer Zeit mit einer Vereinfachung der Wertschöpfungskette bis zu einem Punkt, wo diese nicht mehr als zwei große Abschnitte umfasst: die private Nutzung und die öffentliche Vorführung im Kino.

5. DAS PROGRAMM IN ZAHLEN

In den ersten drei Jahren seit Programmbeginn wurden mehr als 5000 Projekte von MEDIA 2007 unterstützt. Die europäische Kofinanzierung dieser Projekte umfasst etwa 296 Mio. EUR, d. h. 39 % des Programmhaushalts für diesen Zeitraum.

Mehr als 3000 Einrichtungen/Unternehmen haben in den ersten drei Jahren eine Unterstützung durch MEDIA 2007 beantragt (im Vergleich zu weniger als 2000 Einrichtungen/Unternehmen während der gesamten Laufzeit von MEDIA Plus), und mehr als 1400 wurde eine Unterstützung gewährt. Die Anzahl der Einrichtungen/Unternehmen aus den neuen Mitgliedstaaten, die einen Antrag gestellt haben, ist unter MEDIA 2007 leicht gestiegen. Von MEDIA 2007 gefördert wurden Produzenten (56 %), Verleiher (31 %) und Promoter (11 %). Meistens handelt es sich dabei um sehr kleine Unternehmen (66 % weisen einen Umsatz von weniger als 1,5 Mio. EUR und 80 % von weniger als 4 Mio. EUR auf). Die Empfänger einer Unterstützung durch MEDIA 2007 verteilen sich auf ganz Europa (98 von insgesamt 105 Regionen).

Die fünf größten Länder (Deutschland, Spanien, Frankreich, Italien und das Vereinigte Königreich) erhalten etwa zwei Drittel der für MEDIA vorgesehenen Mittel, was dem Anteil der relativen Bedeutung dieser Märkte in Europa entspricht. Die restlichen 10 alten Mitgliedstaaten sowie die Schweiz, Island und Norwegen erhalten im Durchschnitt 25 % der verfügbaren Mittel, wobei dieser Anteil jedoch abnimmt. Der Anteil der neuen Mitgliedstaaten liegt konstant bei etwa 8 %.

6. SCHLUSSFOLGERUNGEN DES BEWERTUNG

6.1. Schlussfolgerungen zur Relevanz des Programms im Hinblick auf die Bedürfnisse des Sektors

MEDIA 2007 gelingt es, angemessen auf die Bedürfnisse des Sektors einzugehen, u. a. dank der inhärenten Logik des Programms, der Verankerung in der europäischen audiovisuellen Landschaft und der Bemühungen, die Entwicklung des Sektors zu begleiten.

In den meisten Fällen gilt MEDIA als Ergänzung zu der bestehenden nationalen Förderung, da das Programm Bereiche unterstützt, für die es keine oder kaum nationale Hilfe gibt. Es bietet darüber hinaus einen erheblichen Mehrwert, da es den ausgewählten Projekten eine

ausgeprägte europäische Dimension verleiht, wodurch diese mit einem höheren Anspruch auftreten können.

Das Programm scheint auch eine motivierende Wirkung auf die einzelstaatliche Politik zu haben. So ließen sich in einigen Ländern gewisse Entwicklungen feststellen. In Ungarn, Italien, Norwegen und Slowenien werden beispielsweise neue Rechtsvorschriften vorbereitet oder sind bereits in Kraft getreten. Einrichtungen wie nationale Filminstitute oder -fonds wurden für die Strukturierung des nationalen audiovisuellen Sektors gegründet (Kroatien, Slowakei, Malta) bzw. wurde ihr Budget erhöht (Österreich, Tschechische Republik, Zypern).

6.2. *Schlussfolgerungen zur Schlüssigkeit des Programms*

Die allgemeine Schlüssigkeit des Programms kann bestätigt werden, auch wenn die Entwicklung der Nachfrage nach europäischen Werken seitens des Publikums stärker gefördert werden sollte. Das Programm ist gut auf die Bedürfnisse des Sektors abgestimmt, wie die gestiegene Anzahl von Bewerbungen um eine der Förderungsmöglichkeiten des Programms zeigt. Damit einher gehen aber auch eine Verschärfung der Auswahlkriterien, was insbesondere zum Ausschluss von erstmaligen Teilnehmern und sehr kleinen Unternehmen führt, sowie steigende Verwaltungskosten und eine gewisse Abschreckung potenzieller Teilnehmer.

Das Ziel der Erhaltung/Förderung der kulturellen Vielfalt europäischer Werke beruht in großem Maße auf Maßnahmen zur Verringerung der Abstände zwischen „kleinen“ und „großen“ Ländern in der europäischen Medienlandschaft. Zu diesem Zweck verfügt das Programm über Maßnahmen zur positiven Diskriminierung, die für Länder mit einer geringen Produktionskapazität und/oder mit kleinem Sprachgebiet bestimmt sind. Die Abschlussbewertung des Programms MEDIA Plus hatte gezeigt, dass die Kriterien der positiven Diskriminierung, die Einrichtungen/Unternehmen aus größeren Produktionsländern dazu bewegt haben, Partner in kleineren Ländern zu suchen, tatsächlich zu einer besseren Integration dieser Akteure in die Netze und ihrer Werke in die europäischen Vertriebskanäle geführt haben. Diese Beobachtung scheint sich zu bestätigen. Die Maßnahmen zur positiven Diskriminierung tragen in hohem Maße zu Erreichen des Ziels der Vielfalt bei. Dies betrifft insbesondere die Aktionsbereiche „Zugang zu Märkten“, „Entwicklung“ und „Festivals“.

Im Rahmen von MEDIA 2007 wurden zahlreiche Anstrengungen unternommen, um den neuen Anforderungen gerecht zu werden, insbesondere im Hinblick auf die Digitaltechnologie. Die zwei vorangegangenen Bewertungen haben ebenfalls die allgemeine Relevanz der Programmziele bestätigt, aber die unzureichende Berücksichtigung der Frage der Nutzung neuer Technologien und der Digitalisierung hervorgehoben. Mit der Aufnahme der neuen Aktionsbereiche hat diese Einschränkung im Rahmen von MEDIA 2007 an Bedeutung verloren. Der Erfolg der Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen zeigt, dass auf die tatsächlichen Bedürfnisse des Sektors reagiert wurde.

Einige Bereiche und Konzepte sind jedoch zu vertiefen, um besser auf die sich wandelnden Bedürfnisse des Sektors einzugehen. Die neuen Interventionsmaßnahmen waren auf bestimmte Bereiche beschränkt. Es wäre daher von Vorteil, die Wertschöpfungskette sowie die Fragen der Rechte und der neuen Wirtschaftsmodelle, die auf Initiative der Fachkreise entstehen, umfassend zu untersuchen.

6.3. *Schlussfolgerungen zu den Ergebnissen der ersten drei Jahre seit Programmbeginn (Wirksamkeit)*

Die Schlussfolgerungen der Abschlussbewertungen zu MEDIA Plus und MEDIA Fortbildung haben sich im Hinblick auf die ursprünglichen Aktionsbereiche im Allgemeinen bestätigt.

„Die wichtigsten Mechanismen der MEDIA-Programme leisten einen wirksamen Beitrag zur Vertiefung der Kompetenzen (Fortbildung), zur Entwicklung der europäischen Dimension der Werke in der Phase der Vorproduktion (Entwicklung), zur größeren Wettbewerbsfähigkeit des Sektors (insbesondere Vertrieb, durch die Verringerung des Risikos und die Stärkung der Finanzkraft der Begünstigten) und zur länderübergreifenden Verbreitung der Werke (Vertrieb und Öffentlichkeitsarbeit).“

Mit der Teilnahme am Bewerbungsvorgang für MEDIA wird die Konzeption der vorgestellten Projekte erheblich verbessert (Konsolidierung der Finanzierungspläne, Ausbau der Partnerschaften und der internationalen Dimension). Weitere wichtige Ergebnisse sind die Schaffung einschlägiger Netze und eines allgemein anerkannten „Qualitätslabels“ MEDIA.

Die Unterstützung durch MEDIA 2007 für Vertrieb und Promotion (Zugang zu Märkten und Festivals) sowie für die Entwicklung ist im Allgemeinen effektiv und trägt nachhaltig zur Verbesserung der Vertriebsbedingungen (automatischer Vertrieb), zur Sichtbarkeit europäischer Werke, zur Schaffung beruflicher Möglichkeiten (Promotion), zum Ausbau einschlägiger Netze (selektiver Vertrieb und Promotion) und zu besser strukturierten Projekten, die auf internationaler Ebene wettbewerbsfähiger sind (Entwicklung), bei.

Der Bewerter hat jedoch Verbesserungsmöglichkeiten für einige Aktionsbereiche festgestellt:

- Die Unterstützung interaktiver Werke könnte wirksamer gestaltet werden, wenn insbesondere größere Klarheit in Bezug auf ihren Anwendungsbereich bestände.
- Die Unterstützung der Fernsehausstrahlung durch MEDIA 2007 ist von Bedeutung, da damit auf einen erheblichen Bedarf des Sektors reagiert wird. In einigen Ländern erfolgt auf diese Weise ein wichtiger Beitrag zur Sicherung der Produzentenrechte. Ihre Wirksamkeit wird jedoch aus verschiedenen Gründen beeinträchtigt. Dazu gehören die Diskrepanz zwischen der Art der unterstützten Werke und den Bedürfnissen der Programmgestaltung der europäischen Fernsehkanäle, der Widerspruch zwischen der großen erforderlichen Senderanzahl und der bestehenden Minimalgarantie seitens der Vertreiber, die Diskrepanz zwischen Marktpreisen und den von MEDIA verlangten Investitionen sowie die Ungleichgewichte bei der geografischen Verteilung der Unterstützung.

Die Wirkung einiger Maßnahmen bleibt hingegen aufgrund programmexterner Gründe, die vom jeweiligen Markt abhängig sind, gering.

- Die i2i-Unterstützung⁴ ermöglicht eine wirksame Kostensenkung, ihre Reichweite ist jedoch zu beschränkt, um spürbare Auswirkungen beim Zugang zur Finanzierung zu zeigen.

⁴ „i2i Audiovisual“ soll den Zugang zu Finanzierungen von Bank- und Finanzinstitute erleichtern.

- Die Unterstützung für Video-on-Demand (VoD) trägt noch nicht ausreichend zur Verbreitung europäischer Werke bei, da der Markt noch sehr schwach ist.
- Im Hinblick auf die Erhaltung und Förderung der kulturellen Vielfalt und auf die unter Punkt 6.2 genannten Maßnahmen zur positiven Diskriminierung lässt sich feststellen, dass es aufgrund des geringen Programmumfangs keine wesentlichen Auswirkungen beim Abbau der Ungleichgewichte zwischen Ländern mit kleiner und mit großer Produktionskapazität gibt. Zwar steigt der Anteil von Einrichtungen/Unternehmen aus den „neuen“ Mitgliedstaaten tendenziell an, die eingesetzten Haushaltsmittel bleiben jedoch konstant (etwa 8%). Die Haushaltsmittel pro Einrichtungen/Unternehmen in diesen Ländern sinken also schrittweise.

6.4. *Schlussfolgerungen zu der Fähigkeit des Programms, mittelfristig die erwartete Wirkung zu erzielen*

Durch die Unterstützung der Fortbildung, der Strukturierung der Projekte und der Vernetzung der Akteure trägt MEDIA zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit des europäischen AV-Sektors bei. MEDIA 2007 setzt MEDIA Plus fort und fördert die bessere Verbreitung europäischer Werke sowie den Erhalt der kulturellen Vielfalt. Die Marktindikatoren im Hinblick auf die internationale Verbreitung europäischer Werke sind ermutigend und die Bewertung zeigt, dass dank der Unterstützung durch MEDIA ein großer Teil dieser Filme auf Reise geht.

6.5. *Schlussfolgerungen zur Effizienz der Programmumsetzung*

Der Haushalt und die Mittel des Programms werden im Allgemeinen effizient eingesetzt. Die Effizienz der Programmverwaltung wurde nachhaltig verbessert (Vereinfachung, Anpassung des Zeitplans, langfristige Partnerschaften), es besteht jedoch Raum für eine Verringerung des Verwaltungsaufwands.

7. BEITRAG DER EUROPÄISCHEN AUDIOVISUELLEN INFORMATIONSSTELLE

7.1. *Ziele der eingehenden Bewertung*

Im Jahr 1999 wurde die Beteiligung der Europäischen Union, die durch die Europäische Kommission vertreten wird, durch Beschlüsse des Parlaments und des Rates⁵ formalisiert. Bei der Ausarbeitung des Programms MEDIA 2007 wurde – für eine Rationalisierung im Sinne der Politik der Kommission zur Verwaltungsvereinfachung – gemäß dem Beschluss über das Programm die Beteiligung der Europäischen Union an der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle in die rechtliche Grundlage des neuen Programms aufgenommen. Die finanzielle Beteiligung geht zu Lasten des Haushalts von MEDIA (257 577 EUR im Jahr 2010, was 11,5 % der von allen 37 Mitgliedern der Informationsstelle gezahlten Beiträge entspricht.)

Die Kommission verfügt wie die Mitgliedstaaten über einen Sitz im Exekutivrat, der den Haushalt der Informationsstelle im Hinblick auf die Umsetzung der Pläne und Maßnahmenprogramme verabschiedet.

⁵ Beschluss 1999/784/EG vom 22. November 1999, ABl. L 307 vom 2.12.1999. Beschluss 2239/2004/EG vom 17. November 2004, ABl. L 390 vom 31.12.2004.

Im Rahmen der Zwischenbewertung des Programms MEDIA 2007 hat der Bewerter den Beitrag der Informationsstelle zu den Zielen und Bedürfnissen des Programms sowie zur Verbreitung juristischer und wirtschaftlicher Informationen des Sektors in den Fachkreisen und den entsprechenden Einrichtungen analysiert.

7.2. Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle und die Ziele von MEDIA 2007

Die Informationsstelle hat einen zweifachen Auftrag: Einerseits soll sie mehr Transparenz im europäischen audiovisuellen Sektor in Europa schaffen und andererseits Informationsdienstleistungen für die audiovisuelle Fachwelt erbringen. Dies soll erreicht werden, indem Informationen in Form von Datenbanken (LUMIERE, KORDA, MAVISE, IRIS MERLIN und PERSKY), juristischen Fachartikeln, Angaben zu europäischen Vereinbarungen und anderen internationalen Abkommen sowie ein entgeltpflichtiges statistisches Jahrbuch mit den wichtigsten Daten des Sektors ausgearbeitet und den Fachkreisen und der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden.

Im Hinblick auf die Umsetzung der Ziele des Programms MEDIA lässt sich feststellen, dass die Arbeit der Informationsstelle keinen direkten Beitrag leistet. Für die Informationsstelle besteht in der Tat keine Verpflichtung gegenüber MEDIA. Da die verfügbaren Daten in bestimmten Fällen disparat und bruchstückhaft sind, ist es schwierig, sie zu vergleichen und die Elemente zu ermitteln, die für ein den Programmzielen und -erfordernissen entsprechendes Follow-up erforderlich sind. So weist insbesondere das Jahrbuch von Jahr zu Jahr leichte Veränderungen auf und liefert von einem Jahr auf das andere nicht dieselben Tabellen mit den gleichen Daten, Konzepten und Indikatoren. Das von der Informationsstelle abgedeckte Gebiet unterscheidet sich darüber hinaus von dem des Programms MEDIA. Dieser relative Mangel an Homogenität sowie das Fehlen spezifischer Indikatoren für MEDIA können die Nutzung dieser Daten beeinträchtigen.

Die Informationsstelle bleibt jedoch die einzige Einrichtung, die im umfassenderen Sinne europaweite Zahlen liefert und damit Informationen, die nationale Einrichtungen weder erheben noch zur Verfügung stellen. Es besteht die Möglichkeit, direkte Verträge mit der Informationsstelle zu spezifischen Themen und über die jährlichen bzw. dreijährlichen Maßnahmenpläne hinaus abzuschließen, damit die Informationsstelle besser zu den Zielen von MEDIA beitragen kann.

8. DIE WICHTIGSTEN EMPFEHLUNGEN

Die Bewerter haben fünf strategische Empfehlungen formuliert. Während einige nicht im Rahmen von MEDIA 2007 umgesetzt und nur bei der Vorbereitung der neuen Programmgeneration für die Zeit nach 2013 berücksichtigt werden können, enthalten andere Empfehlungen Vorschläge zu Anpassungsmaßnahmen für die Weiterführung des laufenden Programms.

8.1. Fortführen der Kommunikationsbemühungen und des Informationsaustausches

Eine bessere Kommunikation, die die Realität des Programms besser widerspiegelt, kann den Fachkreisen helfen, Ziele und Anwendungsbereiche leichter zu identifizieren („Programm MEDIA“ statt MEDIA 2007, Umbenennung der Aktionsbereiche „i2i“ und „interaktive Werke“). Darüber hinaus wird vorgeschlagen, das Potenzial des Netzes von MEDIA-Desks und MEDIA-Antennen stärker zu nutzen, z. B. über eine Plattform für Zusammenarbeit.

8.2. Optimierung der Programmverwaltung

Um die Modalitäten der Programmverwaltung zu vereinfachen und zu verbessern, wird vorgeschlagen:

- das Komitologieverfahren zu überprüfen (Schwelle für Mittelzuweisung der EU, unterhalb derer das Komitologieverfahren nicht angewendet wird);
- strengere Zulassungs- und/oder Auswahlkriterien in Betracht zu ziehen, um die wachsende Anzahl der Bewerbungen für den Aktionsbereich „Entwicklung“ zu beschränken und um die Qualität der vorgeschlagenen Projekte zu verbessern;
- den Expertenpool auszuweiten, um die Auswahlverfahren zu verbessern.

8.3. Weitere Anstrengungen zur Verringerung des Verwaltungsaufwands

- Beschleunigung des Online-Bewerbungssystems, das die MEDIA-Datenbank direkt speist.

8.4. Ausweitung der Interventionsmöglichkeiten des Programms

Innovation bei Interventionsmöglichkeiten oder Begleitmaßnahmen des Programms durch gegenseitigen Austausch (thematische Netze, Pilotprojekte) und Konsensbildung (z. B. gemeinsamer Ansatz zu Rechten).

Förderung der gebietsübergreifenden Interoperabilität, Vernetzung und Zusammenarbeit und Schaffung eines gemeinsamen Kompetenzrahmens (für die Erstausbildung).

Überprüfung der Modalitäten bei der Umsetzung der positiven Diskriminierung, Überprüfung der Ländertypologisierung, eingehende Überlegungen zu der Frage, welche Ziele am besten geeignet sind.

Prüfen einer stärkeren Intervention hinsichtlich Nachfrage auf der Ebene der Verbraucher, Betreiber und Sendeanstalten, auch mittels Medienerziehung.

Ausweitung der Kapazitäten für Marktkenntnisse und Analyse der Programmauswirkungen.

Optimierung der Beiträge der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, um insbesondere statistische Daten und entsprechende Analysen für eine bessere Marktkenntnis zu erhalten und um die Analyse der Auswirkungen des Programms zu erleichtern.

Durchführung eingehender Untersuchungen des AV-Sektors für bessere Antizipationsmöglichkeiten.

Durchführung spezifischer Bewertungen mit Schwerpunkt auf bestimmten Sektoren und/oder Aktionsbereichen, um ein genaueres Bild zu den Programmergebnissen zu erhalten.

8.5. Weitere Anstrengungen für Marktanpassung

Fernsehausstrahlung

- Prüfung einer möglichen Unterstützung von TV-Vertriebsgesellschaften und Sendeanstalten, die zur Aufwertung europäischer Werke beitragen, die nicht der eigenen nationalen Produktion entstammen.

- Unterstützung der Synchronisierung, um auf den großen Märkten von Drittländern Fuß zu fassen (Südostasien, Lateinamerika).
- Aufwertung von Projekten, die die neuen Medien einbeziehen.
- Zugang zu Finanzierung: Anreize für Banken, verstärkt Produktionskredite zu gewähren, z. B. mit Hilfe von Garantien.
- Digitales Kino: Überprüfung einer möglichen Unterstützung für die Digitalisierung von Kinosälen und für die Herstellung von digitalen Masterkopien.

9. SCHLUSSFOLGERUNG: STELLUNGNAHME DER KOMMISSION

Die Zwischenbewertung des Programms MEDIA 2007 bestätigt – auch wenn sie in einer frühen Umsetzungsphase erfolgte – die positiven Ergebnisse der Maßnahmen für den europäischen audiovisuellen Sektor. Sie bekräftigt die Relevanz der Ziele sowie die Wirksamkeit der Maßnahmen des Programms, insbesondere im Hinblick auf den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Sektors. Darüber hinaus bestätigt sie den Mehrwert des Programms gegenüber der nationalen Förderung.

Im Übrigen weisen Marktdaten darauf hin, dass der audiovisuelle Sektor in Europa weiterhin unter seinen traditionellen Schwächen leidet: Fragmentierung des Marktes und geringe Verbreitung europäischer Werke außerhalb des Ursprungslands.

Daher sollte die Maßnahme fortgesetzt und an die Marktentwicklung angepasst werden. Die Kommission wird beim Programm MEDIA 2007 für die verbleibende Laufzeit Änderungen vornehmen, um innerhalb des bestehenden rechtlichen Rahmens und im Sinne der Empfehlungen des Bewerbers die Effizienz und Wirksamkeit zu erhöhen und das Programm besser entsprechend den Markterfordernissen zu gestalten. Weitere Anpassungsmaßnahmen werden derzeit entwickelt und in der zweiten Hälfte der Programmdurchführung zum Einsatz kommen. Sie werden Thema der nächsten Mitteilung zur Fortführung des Programms sein.

Die Kommission wird weiterhin die langfristigen strategischen Empfehlungen des Bewerbers in die Vorbereitung des nächsten Programms einbeziehen, das 2013 anlaufen wird. Im Rahmen der Folgenabschätzung, die im Zuge der Vorbereitung des Programms durchgeführt werden wird, werden verschiedene Aktionslinien untersucht werden.