

Zeit für Monitoring

Europäische Kulturförderung durch Creative Europe seit 2021

geschrieben von Barbara Gessler

Mitte November hat die Europäische Kommission einen Monitoring-Bericht über die ersten zwei Jahre des Creative Europe Programms im mehrjährigen Finanzrahmen 2021-2027 vorgelegt. Gleichzeitig hat der Kulturausschuss des Europäischen Parlaments eine eigene Analyse des bisher Erreichten erarbeitet, der demnächst im Plenum abgestimmt werden soll. Beide Dokumente sind insbesondere relevant, als bereits 2024 der in der Gesetzesgrundlage geforderte Mid-Term-Bericht erstellt werden muss, der nicht nur dazu beitragen soll, das bisher Erreichte zu beurteilen, sondern schon für die Konzeption des Programms ab 2028 eine Rolle spielen wird. Die allerersten Vorbereitungen für das Design der kommenden Programmgeneration sind intern angestoßen, mit Blick auf die komplexen europäischen Entscheidungsprozesse notwendig und adäquat. Natürlich kann man vor allem wegen der mehrjährigen Dauer vieler geförderter Projekte so kurz nach Beginn der Förderung noch nicht von einer echten Wirkungsanalyse sprechen, die Zahlen haben jedoch durchaus Aussagekraft hinsichtlich der Ausrichtung des Programms. Und da sieht es tatsächlich gut aus, vor allem, wenn man sich den konkreten Kontext der aktuellen Herausforderungen für den Kultur- und Kreativbereich in diesem Zeitraum ansieht, geprägt durch die weiterhin spürbaren negativen Auswirkungen der Coronakrise und dem Krieg in der Ukraine. Das um 80 Prozent höhere Budget für Creative Europe im Vergleich zum Vorgängerprogramm ist gerechtfertigt, sogar noch zu niedrig, das belegen die für manche Ausschreibungen nach wie vor zu niedrigen Erfolgsquoten. Das gilt auch für die neuen Initiativen im Kampf um unabhängige Medien und Pluralismus sowie journalistische Partnerschaften, die für einen echten Bedarf nach solcher Unterstützung zeugen. Die Kommission geht davon aus, dass Inflation oder aber die Herausforderungen für die Branche, sich den Notwendigkeiten von Digitalisierung und Ökologisierung zu stellen, auch in der nächsten Zukunft nach mehr Haushaltsmitteln rufen. Verschärft wird der Kampf um Förderung in den kommenden Jahren noch durch die Anfang 2021 getroffene Entscheidung für großzügige Ausstattung des Programms insbesondere in seinen Anfängen, um dem besonders von Corona betroffenen Kreativbereich unter die Arme zu greifen. Gleichzeitig zeigt der Bericht, dass die Flexibilität bei der Umsetzung aller Aktionen z. B. durch längere Projektlaufzeiten sowie bei der Gestaltung von Hilfen für die ukrainische Kulturszene hilfreich war. Auch inhaltlich wurde die Neuausrichtung des MEDIA-Programms etwa durch stärkere Fokussierung auf grenzüberschreitende Zusammenarbeit und Co-Produktion gut angenommen, ebenso wie die höheren Förderquoten für kleinere oder die Einführung einer mittleren Unterstützung von einer Million Euro für Kooperationsprojekte im Kulturprogramm. Besonders ist zu betonen, dass die besondere Beschaffenheit des europäischen Kreativsektors, geprägt von Mikro- und kleinen Organisationen, anerkannt wurde und bislang stärker denn je profitieren konnte, was einer lange bestehenden Forderung sowohl des Europäischen Parlaments wie auch der Branche selbst entspricht. Die neue Mobilitätsaktion Culture Moves Europe, die Kreativen die Möglichkeit zur individuellen Mobilität gibt, war ähnlich laut gefordert worden und entwickelt sich bereits in seinen Anfängen zu einem echten Hit des Programms. Politisch geäußerten Wünschen entsprechend haben auch die ersten zwei Jahre Umsetzung der neuen MEDIA-Initiativen im Bereich Entwicklung für audiovisuelle Professionelle aus Ländern mit niedrigerem Marktanteil konkret bessere Förderchancen gebracht. Insgesamt hat das MEDIA-Programm sich erneut sehr erfolgreich im internationalen Wettbewerb um Auszeichnungen gezeigt, wie ein Blick auf die Palette der Nominierungen für europäisch geförderte Produktionen verdeutlicht. Diese Preise tragen, so wie besonders darauf ausgerichtete Initiativen, auch dazu bei, dass mehr Zuschauerinnen und Zuschauer Zugang zu audiovisuellen Werken aus anderen Ländern bekommen und der kulturelle Reichtum Europas zum Tragen kommt. Der Entwicklung und wachsenden Bedeutung von Videospielen entsprechend verstärkt MEDIA die Förderung von Virtual und Augmented Reality. Für

alle Projekte innerhalb Creative Europe spielen die kommissionsweit geltenden Prioritäten von Diversität und Inklusion sowie Greening und Digitalisierung, wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung, eine wachsende Rolle. Dabei soll die ursprüngliche Aufgabe des Programms, nämlich europäische Vielfalt zu fördern, nicht unter den Tisch fallen. Dieses Thema ist sicher eine eigene Diskussion wert.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 12/2023-1/2024](#).