



Creative Europe Desks Deutschland MEDIA

PRESSEMITTEILUNG

Viele gute Projekte und viel zuwenig Geld - Europäische Kommission präsentiert den Creative Europe Monitoring Report 2019

Hamburg, 11. September 2020 Der Jahresbericht analysiert die Ergebnisse des Creative Europe Programms 2019 und hebt sowohl die größten Erfolge als auch bestehenden Handlungsbedarf hervor. Und es gibt einen Ausblick auf das Nachfolgeprogramm 2021 – 2027.

„MEDIA steht für qualitativ hochwertige Inhalte, die auf Reisen gehen“, so der Bericht. Über 2.000 Filmschaffende nahmen an geförderten Weiterbildungen teil, fast 500 Filme und hochwertiger TV Content wurden mit MEDIA entwickelt, und knapp 300 Filme wurden im Vertrieb unterstützt. Darüber hinaus vernetzte sich die Branche auf zahlreichen geförderten Märkten und Festivals.

Laut Report wurden im letzten Jahr durch MEDIA 505 Millionen Euro für die Branche generiert, und es wurden 125 Millionen Zuschauer erreicht. 21 unterstützte Filme erhielten 40 Auszeichnungen auf den sieben weltweit renommiertesten Filmfestivals, allen voran "The Favourite" von Giorgos Lanthimos, der neben diversen Festivalpreisen auch noch acht European Film Awards, einen Oscar® und einen Golden Globe für sich verbuchte.

Viele gute Projekte und viel zuwenig Geld

Der Report bescheinigt für das Jahr 2019 eine 100%ige Verteilung des zur Verfügung stehenden MEDIA Budgets und konstatiert, dass allein in den Bereichen Development, TV Programming und Filmfestivals über 270 qualitativ hochwertige Projekte mangels ausreichender Mittel nicht gefördert werden konnten.

Gender Equality

Die Gleichstellung der Geschlechter ist sowohl grundlegender Wert als auch erklärtes Ziel der EU. Die Gender-Analyse des MEDIA Programms 2019 ergibt, dass zwar die Erfolgsquote für Anträge von Frauen und Männern ungefähr gleich ist, dass aber von Frauen geführte Firmen nach wie vor deutlich weniger Anträge einreichen. Darüber hinaus stellen sie einen wesentlich geringeren Anteil an Regisseurinnen und Autorinnen, was z.B. Projektentwicklung, TV Programming und die durch Selektive Distribution geförderten Filme betrifft. Anders sieht es bei MEDIA unterstützten Weiterbildungen aus, bei denen das Verhältnis der Teilnehmenden ausgewogen ist.

Go Green!

Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der EU-Kulturpolitik, und laut Report ergab eine kürzlich vom Europäischen Parlament durchgeführte Analyse, dass 10,5 % der von Creative Europe geförderten Projekte klimabezogen seien. Das Videogame „Fiete – Save The World“ der Kölner Ahoiii Entertainment beispielsweise bringt Kindern spielerisch das Thema „Umweltschutz“ nahe.

Herausforderungen für das Nachfolgeprogramm

Während Gender und Nachhaltigkeit auch im neuen Creative Europe Programm auf der Agenda stehen, ist mit der Erholung der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Pandemie eine weitere „key challenge“ hinzugekommen. Die Europäische Kommission habe bereits schnell reagiert, indem sie den Förderempfänger*innen ermöglichte, die geförderten Aktivitäten an die neuen Umstände anzupassen, so