EUROPÄISCHE
KOMMISSION

Brüssel, den 17.12.2025
COM(2025) 768 final

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

Ein Jahrzehnt „Kreatives Europa“

{SWD(2025) 418 final}

1. Einleitung

Kreatives Europa ist das Programm der Europäischen Union zur Förderung des kulturellen, kreativen und audiovisuellen Sektors. Dieser Bericht enthält die wichtigsten Ergebnisse der abschließenden Evaluierung des Programms Kreatives Europa im Zeitraum 2014-2020 (im Folgenden „CE1“) und der Halbzeitevaluierung des Programms Kreatives Europa im Zeitraum 2021-2027 (im Folgenden „CE2“) gemäß den einschlägigen Bestimmungen der beiden Rechtsinstrumente[1]. Die Maßnahmen beider Auflagen des Programms wurden in drei Aktionsbereiche unterteilt, um den spezifischen Bedürfnissen gerecht zu werden: MEDIA (audiovisuelle Medien und Videospiele), Kultur (alle übrigen Bereiche des Kultur- und Kreativsektors) und den sektorübergreifenden Aktionsbereich (einschließlich Nachrichtenmedien).

Die Rolle der Europäischen Union im Bereich der Kultur wird gemäß Artikel 167 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (im Folgenden „AEUV“)[2] durch das Subsidiaritätsprinzip geregelt, während die Rolle der EU im Bereich der Medien auch durch die Bestimmungen über den Binnenmarkt (Artikel 26) und die Wettbewerbsfähigkeit (Artikel 173) des AEUV geregelt wird. Dieser Rahmen bildet die Grundlage für die beiden Ziele des Programms Kreatives Europa: Wahrung, Entwicklung und Förderung der europäischen kulturellen und sprachlichen Vielfalt und des europäischen Kultur- und Spracherbes sowie Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und des wirtschaftlichen Potenzials der Kultur- und Kreativwirtschaft, und insbesondere des audiovisuellen Sektors.

CE2 baut auf den Stärken von CE1 auf, und es werden gleichzeitig Innovationen eingeführt. Dies geschah vor allem als Reaktion auf den digitalen Wandel, der einen Paradigmenwechsel darstellt. Angesichts der Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft[3] und des Ausmaßes der Herausforderungen, denen sie gegenüberstehen, wurden dem Programm für den Finanzierungszeitraum 2021-2027 Mittel in Höhe von 2,44 Mrd. EUR zugewiesen, was einer Steigerung von 66 % gegenüber dem vorherigen Finanzierungszeitraum entspricht. Die Aufteilung der Haushaltsmittel auf die drei Aktionsbereiche blieb in beiden Finanzierungszeiträumen nahezu stabil: 56-58 % für MEDIA, 31-33 % für Kultur und 13-9 % für den sektorübergreifenden Aktionsbereich. Der Haushalt wurde in beiden Programmplanungszeiträumen vollständig ausgeführt, auch während der COVID-19-Pandemie, als viele Veranstaltungsorte geschlossen waren.

Die Mittelausstattung des Programms Kreatives Europa ist mit 0,2 % des derzeitigen EU-Haushalts sehr begrenzt, wobei die Mitgliedstaaten die Hauptquelle öffentlicher Finanzmittel darstellen. Kreatives Europa zielt jedoch auf Tätigkeiten ab, bei denen ein Vorgehen auf Unionsebene einen Mehrwert gegenüber einem rein nationalen Vorgehen darstellt. Insbesondere befasst es sich mit der Fragmentierung der Kultur-, Kreativ- und Medienwirtschaft entlang

---

[1] Kreatives Europa wurde 2013 durch die Verordnung (EU) 1295/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates eingerichtet, mit der die Programme Kultur, MEDIA 2007 und MEDIA Mundus in einem einzigen Finanzierungsinstrument zusammengefasst wurden. Im Jahr 2021 wurde ein neues Programm Kreatives Europa für den Zeitraum 2021-2027 eingerichtet (Verordnung (EU) 2021/818 des Europäischen Parlaments und des Rates).

2 VERTRAG ÜBER DIE ARBEITSWEISE DER EUROPÄISCHEN UNION (KONSOLIDIERTE FASSUNG).

[3] Das Ökosystem der Kultur- und Kreativwirtschaft spielt eine Schlüsselrolle als eines von 14 wichtigen industriellen Ökosystemen, die nach der Annahme der Mitteilung „Eine neue Industriestrategie für Europa“ im Jahr 2020 (COM(2020) 102 final; Brüssel,10.3.2020) ermittelt wurden.

nationaler und sprachlicher Grenzen. Darüber hinaus reicht die Finanzierung allein auf nationaler Ebene nicht aus, um die allgemeine Wettbewerbsfähigkeit und Vielfalt der Medien, des audiovisuellen Sektors und anderer Kultur- und Kreativsektoren in der EU zu fördern. Das Programm Kreatives Europa fördert insbesondere die länderübergreifende Zusammenarbeit und die Verbreitung von Inhalten in der gesamten Union durch gesamteuropäische Aktivitäten wie Kooperationen, Koproduktionen und Netzwerke, um so den Wert nationaler Kulturgüter über nationale Grenzen hinaus zu nutzen. Dieser Ansatz erleichtert auch den gleichberechtigten Zugang zu Medieninhalten und kulturellen Inhalten für die in der Union lebenden Menschen.

Die breite Beteiligung von Mitgliedern der Europäischen Freihandelsassoziation, die dem Europäischen Wirtschaftsraum angehören, von Kandidatenländern und potenziellen Kandidatenländern sowie von Ländern der Europäischen Nachbarschaftspolitik ist ein wertvoller Vorteil des Programms und stärkt seine Relevanz und Reichweite. Dies trägt zu den Bemühungen der Union um Kulturdiplomatie bei, indem konkrete Beziehungen zu diesen Ländern hergestellt werden. Für Länder, die sich auf dem Weg zum EU-Beitritt befinden, ist die Teilnahme am Programm Kreatives Europa ein positiver Aspekt im Hinblick auf Kapitel 26 des gemeinschaftlichen Besitzstandes in den Bereichen Bildung, Kultur und Medien. In Bezug auf den audiovisuellen Sektor ist die Angleichung von Drittländern an die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste eine Vorbedingung für die Teilnahme am Aktionsbereich MEDIA und am sektorübergreifenden Aktionsbereich und dient somit als Anreiz zur Beschleunigung der Konvergenz in Regulierungsfragen.

2. Ergebnisse und Herausforderungen

Aktionsbereich MEDIA

Der Aktionsbereich MEDIA hat erfolgreich zur Wahrung der kulturellen Vielfalt und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit beigetragen. Über drei Jahrzehnte hinweg ist die Kernaufgabe von MEDIA nach wie vor klar: den Menschen in ganz Europa hochwertige europäische Filme und Serien zur Verfügung zu stellen. Daher sind die Maßnahmen im Aktionsbereich MEDIA in die gesamte Wertschöpfungskette der audiovisuellen Branche eingebettet und tragen zum Aufbau eines resilienten europäischen Ökosystems bei. Dies ist umso wichtiger, als der audiovisuelle Sektor der EU einem harten Wettbewerb durch globale Akteure ausgesetzt ist, zu denen nicht nur die großen Hollywood-Studios, sondern zunehmend auch die größten Technologieunternehmen der Welt gehören.

Der Aktionsbereich MEDIA hat insbesondere die grenzüberschreitende Verbreitung europäischer Filme und Serien in einem Sektor gestärkt, der entlang der nationalen Grenzen stark fragmentiert ist. Die Bewertung ergab, dass die durch MEDIA geförderten[4] europäischen Filme und Serien im Durchschnitt von Zuschauern in 9,5, 6,6 bzw. 3,2 mehr EU-Ländern im Fernsehen, Kino und per Video-on-Demand gesehen werden konnten als vergleichbare EU-Werke, die keine Förderung durch MEDIA erhielten. Schätzungen zufolge haben die durch MEDIA geförderten europäischen Filme und Serien allein im Rahmen des vorherigen Programms in EU-Ländern außerhalb ihres

[4] Einschließlich der Maßnahmen im Rahmen von CE1: Entwicklung – Pakete; Entwicklung – Trickfilme; Entwicklung – Dokumentarfilme; Entwicklung – Spielfilme; Förderung der Ausstrahlung europäischer audiovisueller Werke im Fernsehen; Förderung von internationalen Koproduktionsfonds; Automatisierte Verbreitung; Selektive Verbreitung; Vertriebsagenten; und der Maßnahmen im Rahmen von CE2: Entwicklung – Pakete; Entwicklung – Minipakete; Gemeinsame Entwicklung; TV- und Online-Inhalte; Europaweite Verbreitung; Europäische Vertriebsagenten; Films on the Move.

Heimatlandes mindestens 241 Millionen mehr Zuschauer angezogen als Filme und Serien, die keine MEDIA-Förderung erhielten.

Die Unterstützung europäischer Kinos durch den Aktionsbereich MEDIA ist eine weitere erfolgreiche Initiative im Hinblick auf die grenzüberschreitende Verbreitung europäischer Filme und Serien. Zwischen 2014 und 2023 hat das Netz europäischer Kinos seine geografische Abdeckung um 32 % auf mehr als 750 Gemeinden ausgeweitet. Bis 2023 wurden von dem Netz fast 40 % aller Eintrittskarten für ausländische europäische Filme in der EU verkauft, was einen erheblichen Mehrwert für die EU darstellt.

Die Finanzierung durch MEDIA hat zudem die Produktion und die Veröffentlichung hochwertiger audiovisueller Werke gefördert. Insbesondere wurden Filme und Fernsehserien in ihrer entscheidenden Entwicklungsphase unterstützt. Der Anteil der veröffentlichten geförderten Titel wird auf 29 % aller Filme und Serien geschätzt, deren Entwicklung während des Bewertungszeitraums gefördert wurde, was offenbar über dem Marktdurchschnitt liegt. Dies deutet auf eine positive Wirkung der Finanzierung hin. Ein Drittel der mithilfe von MEDIA-Mitteln entwickelten Videospiele wurde schließlich vermarktet, was in einem hart umkämpften und dynamischen Sektor ein Zeichen für Erfolg ist.

MEDIA konzentriert sich auf europäische grenzüberschreitende Koproduktionen, um auf europäischer Ebene sowohl in der Entwicklungsphase als auch bei der Produktion von Fernsehprogrammen und Video-on-Demand eine größere Wirkung zu erzielen. Solche Koproduktionen steigern die Wettbewerbsfähigkeit, indem sie das Publikum im Ausland vergrößern, neue Finanzierungsquellen erschließen und Know-how ausgetauscht wird. Der Anteil der geförderten grenzüberschreitenden europäischen Koproduktionen ist von 36 % im Rahmen von CE1 auf 84 % im Rahmen von CE2 (2021-2023) erheblich gestiegen und liegt damit deutlich über dem geschätzten Marktdurchschnitt für EU-Werke, die nicht durch MEDIA unterstützt werden (13,7 %).

Darüber hinaus erhielten durch MEDIA geförderte Filme, Serien und Spiele durchweg große Anerkennung und Lob von Kritikern. Im Zeitraum 2014-2023 erhielten geförderte Werke rund 1 200 Nominierungen und 500 Auszeichnungen von renommierten internationalen Festivals und Preisverleihungsgremien. So wurden für geförderte Werke 127 Auszeichnungen in Cannes, 86 Auszeichnungen auf der Berlinale und 73 Auszeichnungen im Rahmen der Europäischen Filmpreise vergeben. Dies spiegelt den hohen kulturellen Wert und das internationale Ansehen der von MEDIA unterstützten europäischen Werke wider.

Die kulturelle Vielfalt wurde durch Maßnahmen gestärkt, die sich an Länder mit geringeren audiovisuellen Kapazitäten richten, insbesondere durch die Förderung der Zusammenarbeit. Der Anteil der geförderten Werke, bei denen Länder mit geringer Kapazität und Länder mit hoher Kapazität zusammenarbeiten, ist von weniger als 5 % im Rahmen von CE1 auf etwa 30 % im Rahmen von CE2 (2021-2023) gestiegen. Auch der Anteil der geförderten Werke in weniger verbreiteten Sprachen stieg von 25 % im Rahmen von CE1 auf 32 % im Rahmen von CE2 (2021-2023). Zwar wurden Fortschritte bei der Einbeziehung aller Mitgliedstaaten erzielt, doch konzentriert sich die Förderung nach wie vor auf eine begrenzte Zahl von begünstigten Ländern.

Im weiteren Sinne konnte MEDIA auch Kapitalbeteiligungen durch Mischfinanzierungen für MediaInvest, das 2021 im Rahmen von InvestEU eingeführt wurde, mobilisieren. Diese neuartige Beteiligungsinvestitionsplattform ist auf europäische audiovisuelle Projekte und Spiele ausgerichtet. Das Ziel von MediaInvest besteht darin, mehr private Investitionen zu fördern und

somit die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Die Zielvorgabe ist es, zwischen 2022 und 2027 Kapitalbeteiligungen in Höhe von bis zu 400 Mio. EUR zu mobilisieren. Im Rahmen von MediaInvest wurden bereits vier Investitionsvereinbarungen unterzeichnet, und es ist auf gutem Weg, dieses Ziel zu erreichen. Dies stellt auch eine wirksame Ergänzung zu Darlehensbürgschaften dar (siehe nachstehend unter „Bewertung sektorübergreifender Maßnahmen“).

Insgesamt hat MEDIA zur Gestaltung eines europäischen Ökosystems beigetragen und ergänzt die auf nationale Belange ausgerichteten politischen Maßnahmen der Mitgliedstaaten. Dieser Effekt allein kann jedoch nicht den starken Marktkräften entgegenwirken, die den Sektor verändern und sich aus dem veränderten Verbraucherverhalten und dem technologischen Fortschritt ergeben.

Aktionsbereich Kultur

Der Aktionsbereich Kultur dient seit jeher als Instrument, um die Kultur- und Kreativwirtschaft in ganz Europa in die Lage zu versetzen, über nationale Grenzen hinweg zusammenzuarbeiten, und zwar in einer Weise und zu Themen, die nicht durch nationale Fördermittel abgedeckt werden. In Sektoren, die Herausforderungen wie Markt- und Sprachfragmentierung, digitalem Wandel, einem hohen Anteil sehr kleiner Organisationen, begrenzter Mobilität und prekären Beschäftigungsverhältnissen gegenüberstehen, bietet der Aktionsbereich Kultur eine Plattform für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit, die es den Akteuren ermöglicht, sich an gemeinsamen Kreationen und einem Austausch zu beteiligen, was in dieser Größenordnung auf nationaler Ebene im Allgemeinen nicht unterstützt wird. Darüber hinaus unterstützt der Aktionsbereich die Bemühungen der EU durch seine bereichsübergreifenden Elemente der sozialen Inklusion, der Gleichstellung der Geschlechter und der Nachhaltigkeit und trägt zu den diplomatischen Bemühungen der Union im Kulturbereich bei.

Im Rahmen von CE1 wurden mehr als 1 200 länderübergreifende Projekte gefördert, wodurch mehr als 7 500 kulturelle Aktivitäten entstanden sind, die mehr als 22 000 Fachkräften dabei halfen, ihre Karriere zu internationalisieren und Erfahrungen in anderen Ländern zu sammeln. Im Rahmen von CE2 wurden im Zeitraum von 2021 bis 2023 im Aktionsbereich Kultur 630 Projekte unterstützt und 294 Mio. EUR für mehr als 2 000 Organisationen in 39 Ländern bereitgestellt. Es wurde die Übersetzung von mehr als 1 500 Büchern ermöglicht, wodurch die sprachliche Vielfalt und der Zugang zu Literatur in weniger verbreiteten Sprachen gefördert wurden. Culture Moves Europe bot mehr als 3 800 Nachwuchskünstlern Mobilitäts- und Kontaktmöglichkeiten, die es ihnen ermöglichten, neue, (oft) nachhaltige internationale Partnerschaften einzugehen. Darüber hinaus wurden im Rahmen des Aktionsbereichs Initiativen wie Netzwerke von Kulturorganisationen, Plattformen zur Förderung junger künstlerischer Talente, Orchester und Kulturpreise unterstützt.

Durch die Entwicklung der Kompetenzen von Kultur- und Kreativschaffenden sowie den Nachweis, dass acht von zehn Kooperationen nach Abschluss eines Projekts fortgesetzt wurden, leistet der Aktionsbereich einen Beitrag zur Entwicklung dauerhafter Partnerschaften und eines europäischen Kulturraums.

Die Relevanz des Aktionsbereichs hat sich insbesondere während der Krisen im Zeitraum 2014-2023 deutlich gezeigt. Während die COVID-19-Pandemie eine existenzielle Bedrohung für die Kultur- und Kreativwirtschaft darstellte, reagierte das Programm flexibel und entwickelte innovative Instrumente wie „Culture Unite“ oder passte seine finanzielle Unterstützung an, um die Kultur- und Kreativwirtschaft zu fördern. Als Reaktion auf den Angriffskrieg Russlands gegen die

Ukraine entwickelte der Aktionsbereich eine Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen in Höhe von 5 Mio. EUR zur Unterstützung der ukrainischen Kultur- und Kreativwirtschaft.

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass einige Sektoren, wie Mode und Design, bis heute in den horizontalen Maßnahmen des Aktionsbereichs nicht ausreichend vertreten sind.

Das Programm stützt sich auf den Grundsatz der Exzellenz, wobei für jedes teilnehmende Land keine vorab festgelegte Mittelausstattung bestimmt wird. Die Zuweisung der Mittel richtet sich nach der Qualität der Projekte und nicht nach dem Herkunftsland der Organisation. Dies hat zur Folge, dass die Mittelzuweisung durch Finanzhilfen von mehreren Faktoren beeinflusst wird. So erhalten beispielsweise Länder mit einer fest etablierten Kultur- und Kreativwirtschaft und/oder solche, die als regionale Drehscheiben dienen, tendenziell einen größeren Anteil der Mittel (wie beispielsweise Frankreich, Italien, Deutschland und Belgien). Im Rahmen von CE2 spielen jedoch einige Länder wie Kroatien, Slowenien und Serbien eine wichtigere Rolle im Programm. Es sind jedoch noch einige Anstrengungen erforderlich, um Länder zu erreichen, die sich nicht ausreichend mit dem Programm Kreatives Europa befassen.

Es besteht nach wie vor eine Kluft zwischen der Nachfrage und den verfügbaren Mitteln[5]. Um dem entgegenzuwirken, wurden in den letzten Jahren Anpassungen vorgenommen, um die Zugänglichkeit zu verbessern und die Finanzierung über alle Projektgrößen hinweg auszugleichen. Dazu wurde die Anzahl der Projekte, an denen dieselbe Organisation im Rahmen derselben Ausschreibung teilnehmen kann, begrenzt und die Veröffentlichung groß angelegter Kooperationsprojekte von jährlich auf alle zwei Jahre beschränkt.

Sektorübergreifender Aktionsbereich

Im Jahr 2021 wurde die Unterstützung für Nachrichtenmedien ins Leben gerufen, und es wurden hochwertige Projekte finanziert, um wichtige strukturelle und technologische Veränderungen anzugehen und die Unabhängigkeit und den Pluralismus der Medien sowie die Medienkompetenz zu fördern. Die Einnahmen der Nachrichtenmedien gehen drastisch zurück, da sich die Werbung auf globale Online-Plattformen verlagert hat, obgleich der Überwachungsmechanismus für Medienpluralismus[6] zeigt, dass Risiken für den Medienpluralismus und die redaktionelle Unabhängigkeit in den Mitgliedstaaten bestehen. Nur wenige Mitgliedstaaten stellen erhebliche finanzielle Mittel bereit, um die Sicherheit von Journalisten oder die Widerstandsfähigkeit und Innovation von Medienunternehmen zu unterstützen.

Das Labor für kreative Innovationen hat Startfinanzierungen für die Zusammenarbeit zwischen dem audiovisuellen Sektor und anderen Kultur- und Kreativsektoren bereitgestellt. Nach anfänglichen Schwierigkeiten, sachbezogene Vorschläge zu erhalten, wurde nach und nach ein Mehrwert geschaffen, indem multidisziplinäre Projekte finanziert wurden, die sich mit gemeinsamen Herausforderungen befassen, um insbesondere ein breiteres Publikum zu erreichen und durch den Einsatz digitaler Anwendungen wie künstlicher Intelligenz und Blockchain die Monetarisierung von Kultur und Kreativität zu verwirklichen. Dennoch stellt die Innovation nach wie vor eine enorme Herausforderung für die Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU dar. Nur 30 % der europäischen Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft verfügen über eine Strategie für den digitalen Wandel, und Investitionen in KI machen weniger als 1 % ihrer

[5] Diese Kluft ist besonders ausgeprägt bei den europäischen Kooperationsprojekten, der größten Maßnahme des Aktionsbereichs, bei der es zu einer massiven und zunehmenden Überzeichnung kommt. Die Zahl der eingereichten Anträge stieg von 463 im Jahr 2021 auf 831 im Jahr 2023, und aufgrund eines stabilen Haushalts ging die Erfolgsquote von 27 % im Jahr 2021 auf 17 % im Jahr 2023 zurück. Der Trend zur Überzeichnung jeder Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen für Kooperationsprojekte setzte sich in den Jahren nach 2023 fort.

[6] Zentrum für Medienpluralismus und -freiheit (2025), Überwachungsmechanismus für Medienpluralismus.

Gesamtinvestitionen aus. Die Evaluierung hat auch ergeben, dass sich die medienübergreifende Verwertung desselben geistigen Eigentums positiv auf die Beliebtheit der betreffenden Werke und auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirkt. In dieser Hinsicht sind die Synergien zwischen dem audiovisuellen Sektor und anderen urheberrechtsintensiven Mediensektoren (Musik und Verlagswesen) stärker ausgeprägt. Sie stehen in gewisser Weise vor gemeinsamen Herausforderungen und Chancen in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit und den digitalen Wandel in einer Zeit, in der zunehmend große Plattformen außerhalb der EU Kontrolle darüber haben, mit welchen Inhalten sich die Menschen beschäftigen.

Im Hinblick auf die Finanzierungsinstrumente leistete die erste Bürgschaftsfazilität für den Kultur- und Kreativsektor einen sehr wirksamen Beitrag. Durch eine wirksame Zusammenarbeit zwischen der Kommission und dem Europäischen Investitionsfonds wurde in Sektoren, die zuvor aufgrund des immateriellen Charakters der Vermögenswerte der Unternehmen, der Liquiditätsengpässe und des Mangels an zuverlässigen Wirtschaftsdaten als risikoreich galten, eine starke Marktreaktion erzielt. Es wurden Darlehen in Höhe von mehr als 1,8 Mrd. EUR bereitgestellt, womit das ursprüngliche Ziel von 600 Mio. EUR bei Weitem übertroffen wurde. Dadurch konnte die Lücke bei der Fremdfinanzierung, die auf 837 Mio. EUR bis 2,07 Mrd. EUR pro Jahr geschätzt wird, um 15 % bis 30 % verringert werden. 44 % der Darlehen entfielen auf den audiovisuellen und den Multimedia-Sektor, aber auch andere Sektoren wie Musik, darstellende Künste und Videospiele profitierten davon. Die Bürgschaftsfazilität für den Kultur- und Kreativsektor wurde anschließend ab 2021 in InvestEU integriert.

Die in allen teilnehmenden Ländern eingerichteten Kontaktstellen für das Programm Kreatives Europa waren für die Förderung des Programms und die Unterstützung potenzieller Antragsteller, insbesondere Kleinstunternehmen mit begrenzten Kapazitäten, von großer Bedeutung.

3. Effizienz der Verwaltung

Die Europäische Exekutivagentur für Bildung und Kultur, die den Großteil des Programms Kreatives Europa durchführte, sorgte für die effiziente zentralisierte Durchführung von Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen und die Verwaltung der Finanzhilfen. Insgesamt lagen die Verwaltungskosten im Verhältnis zum Gesamthaushalt des vorangegangenen Programms deutlich unter den erwarteten Richtwerten und wurden im Rahmen des laufenden Programms weiter gesenkt. Sie gingen von 7,74 % des Gesamthaushalts im Jahr 2014 auf 6,74 % im Jahr 2023 zurück. Die Verwaltungskosten verzeichneten einen geringeren Anstieg als die operativen Mittel, was darauf hindeutet, dass Effizienzsteigerungen erzielt wurden.

Es wurden eine Reihe von Maßnahmen (Pauschalbeträge, höhere Kofinanzierungsobergrenzen, mehrjährige Vereinbarungen) ergriffen, um die Verfahren zu vereinfachen und den Aufwand für die Antragsteller zu verringern. Die Rückmeldungen der Begünstigten deuten darauf hin, dass der Verwaltungsaufwand im Rahmen des laufenden Programms zurückgegangen ist: Während 73 % der Teilnehmenden von CE1 die Antragsgebühren als hoch empfanden, waren es bei CE2 nur noch 66 %.

4. Ein Blick in die Zukunft

Die Evaluierung hat wertvolle Erkenntnisse für die künftige Gestaltung und Umsetzung der Finanzierung von Kultur und Medien auf EU-Ebene geliefert, deren Ergebnisse in die Folgenabschätzung des Nachfolgeprogramms von Kreatives Europa, d. h. AgoraEU, einfließen.

Aktionsbereich MEDIA

Die grenzüberschreitende Verbreitung europäischer Filme, Serien, Dokumentarfilme und anderer audiovisueller Werke bringt die Europäerinnen und Europäer einander näher, indem eindrucksvolle europäische Geschichten ausgetauscht und gleichzeitig europäische Unternehmen gestärkt werden, die mit globalen Medien- und Technologie-Großunternehmen im Wettbewerb stehen. Es sind jedoch weitere Anstrengungen erforderlich, um ein breiteres grenzüberschreitendes Publikum auf allen Plattformen, insbesondere die jüngeren Generationen, anzusprechen. Darüber hinaus sind – trotz erheblicher Fortschritte bei der Verbesserung gleicher Wettbewerbsbedingungen zwischen den MEDIA-Ländern – kontinuierliche Anstrengungen erforderlich, um die geografische und sprachliche Vielfalt zu erhöhen und die Beteiligung auszuweiten.

MEDIA hat sich durch eine stärkere Fokussierung auf Innovation und grenzüberschreitende Zusammenarbeit, einschließlich Koproduktionen und europaweiter Verbreitung, weiterentwickelt. Diese Anpassungsfähigkeit ist von entscheidender Bedeutung, da sie auf Markttrends und neue Herausforderungen wie die Zunahme von Streaming-Diensten reagieren kann. Da die Märkte für Medien global, innovativ und dynamisch sind, wird es wichtig sein, die Trends weiterhin zu beobachten, um MEDIA so zu steuern, dass der Aktionsbereich mit den Entwicklungen Schritt hält. Bei Videospielen, einem dynamischen und schnell wachsenden Sektor, übersteigt die Nachfrage nach Förderung die derzeitigen Haushaltsmittel bei Weitem. Zwar wurden bereits bei mehreren MEDIA-Maßnahmen Anpassungen vorgenommen, um sowohl der wirtschaftlichen Bedeutung dieses Aktionsbereichs als auch seiner Attraktivität für die Europäerinnen und Europäer aller Altersgruppen Rechnung zu tragen, doch müssen weitere Überlegungen darüber angestellt werden, wie diese Unterstützung in Zukunft am besten gestärkt werden kann.

Die Kombination aus Finanzhilfen und Finanzierungsinstrumenten hat sich für die Branche bewährt, da sie unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht wird, vom Zugang zu Startfinanzierung und Kofinanzierung bis hin zu Überbrückungsdarlehen und Eigenkapital für ehrgeizige gesamteuropäische Vorhaben.

Branchen mit Inhalten, die stark von Rechten des geistigen Eigentums betroffen sind, stehen vor gemeinsamen Herausforderungen, beispielsweise der Gewinnung eines breiteren Publikums im digitalen Zeitalter und der Reaktion auf sich verändernde Verbraucherpräferenzen (insbesondere bei digital affinen jungen Menschen). Der Erfolg und die Erfahrung mit MEDIA, beispielsweise durch Koproduktionen und europaweite Verbreitung ein breiteres grenzüberschreitendes Publikum zu erreichen, sind in dieser Hinsicht von großer Bedeutung.

Angesichts des Ausmaßes der Herausforderungen muss MEDIA durch eine Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten und der gesamten audiovisuellen Branche begleitet werden, um Synergien besser nutzen zu können.

Aktionsbereich Kultur

Im Rahmen beider Auflagen des Programms hat der Aktionsbereich Kultur der Kultur- und Kreativwirtschaft geholfen, zentrale Herausforderungen zu bewältigen, wie die Fragmentierung des europäischen Marktes entlang nationaler und sprachlicher Grenzen und die Veränderungen, die sich aus dem grünen und dem digitalen Wandel ergeben. Einige Bedürfnisse sind jedoch in den letzten Jahren dringlicher geworden, während neue Bedürfnisse entstanden sind, wie etwa Angriffe auf die künstlerische Freiheit oder die zunehmende Bedeutung künstlicher Intelligenz. Im

Einklang mit den Zielen des bevorstehenden Kulturkompasses für Europa muss besser auf diese Herausforderungen reagiert werden.

Der Finanzierungsbedarf, der bis zu viermal höher ist als die derzeit für die Kooperationsprojekte verfügbaren Mittel, zeigt das große Interesse der Kultur- und Kreativwirtschaft an diesem Aktionsbereich. Die Finanzierung ist für diesen Aktionsbereich von entscheidender Bedeutung, damit die Kultur- und Kreativwirtschaft weiterhin dabei unterstützt werden kann, ihr volles Potenzial auszuschöpfen und sich für die Zukunft zu positionieren, und zugleich den Zugang zu einer Vielfalt kultureller Inhalte über Grenzen hinweg zu erweitern.

Mit dem sektorspezifischen Ansatz des Aktionsbereichs wurden spezifische Herausforderungen bestimmter Sektoren angegangen, während der horizontale Ansatz den Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft mehr Flexibilität und Spielraum bietet. Es ist wichtig, eine Kombination aus beiden Ansätzen beizubehalten, um sicherzustellen, dass der Aktionsbereich einen starken politischen Schwerpunkt behält.

Weitere Anstrengungen sind erforderlich, um die Sichtbarkeit des Aktionsbereichs Kultur in der Kultur- und Kreativwirtschaft und in den Ländern, die sich noch nicht ausreichend daran beteiligen, zu erhöhen. Die Öffentlichkeitsarbeit könnte weiter verbessert werden, indem Informationen über den Aktionsbereich für Organisationen in diesen Sektoren und Ländern ausgetauscht und gezielter bereitgestellt werden.

Die mit CE2 eingeführten Vereinfachungsmaßnahmen müssen regelmäßig überprüft und genau überwacht werden. In diesem Zusammenhang sollte der Schwerpunkt des Aktionsbereichs Kultur weiterhin auf der Bewältigung von Herausforderungen im Zusammenhang mit der Barrierefreiheit liegen und seine Reichweite auf die Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft ausweiten, die noch keine Erfahrung mit der Arbeit auf EU-Ebene haben.

Auch in Bezug auf die regelmäßige Überwachung, Bewertung und Verfügbarkeit von Daten konnten mehrere Erkenntnisse gewonnen werden. Die Kommission wird konkrete Maßnahmen ergreifen, um einen systematischeren Ansatz für die Datenerhebung in diesem Aktionsbereich zu entwickeln. Dazu gehört eine gründliche Analyse der derzeit verfügbaren Daten, um sie besser nutzen zu können, ohne den Aufwand für die Begünstigten zu erhöhen. Parallel dazu werden Anstrengungen unternommen und zusätzliche Ressourcen für die Weiterentwicklung interner Berichterstattungsinstrumente und die Erhebung von Daten von den Vertretern der Kultur- und Kreativwirtschaft bereitgestellt.

Sektorübergreifender Aktionsbereich

Die Unterstützung für Nachrichtenmedien beläuft sich nur auf rund 15 Mio. EUR pro Jahr, wird jedoch stark nachgefragt. So wurde beispielsweise die Maßnahme „Journalismuspartnerschaften“ um 700 % überzeichnet. Auch in Zukunft wird die Unterstützung von entscheidender Bedeutung sein, da die Herausforderungen in der gesamten EU in Bereichen wie Medienfreiheit und -pluralismus, Lebensfähigkeit der Medien und Desinformation weiter zugenommen haben, was sich negativ auf die Resilienz der Gesellschaft und die demokratische Teilhabe auswirkt.

Bei künftigen Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen für das Labor für kreative Innovationen müssen die Kriterien weiter verfeinert werden, um sicherzustellen, dass die geförderten Projekte wirklich innovativ sind und zum langfristigen digitalen Wandel des audiovisuellen Sektors und anderer Bereiche des Kultur- und Kreativsektors beitragen. Im Rahmen der Maßnahme „Labor für kreative Innovationen“ besteht auch Spielraum für eine

gezieltere Ausrichtung auf sektorübergreifende Innovationssynergien, die insbesondere die Entwicklung und Nutzung sektorübergreifender Rechte des geistigen Eigentums ermöglichen.