

Zeitschrift: ZeitBild
Herausgeber: Schweizerisches Ost-Institut
Band: 33 (1992)
Heft: 19

Artikel: Keine Zukunft ohne Förderung : MEDIA 1991-1995 : das Medienprogramm der Europäischen Gemeinschaft
Autor: Brockmeyer, Dieter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1093184>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Das Medienprogramm der Europäischen Gemeinschaft

Keine Zukunft ohne Förderung: MEDIA 1991-1995

Nach ersten pionierhaften Impulsen Anfang der achtziger Jahre steht die Schweiz heute am Schluss der medienpolitischen Entwicklung in Europa. Von gewissen Diskussionen – vor allem im technologischen Bereich – ist sie noch völlig ausgeschlossen, bzw. sie fristet dabei ein ausgesprochenes Outsiderdasein. Die Gründe dafür, dass es soweit kommen konnte, sind zweifellos zu benennen: Die gewaltige Lobby der Monopole von SRG und PTT haben mit ihrer Bremsfunktion erreicht, dass sich die Medien- und Kommunikationspolitik in der Schweiz in den letzten zehn Jahren quasi im Kreise gedreht hat. Auch das ist eine Art von Nabelschau. Wo Europa heute steht, mag der Schweizer Leser aufgrund des nachstehenden Artikels, der sich insbesondere mit einer Reihe von EG-Problemen beschäftigt, errathen. Wir bringen diesen Beitrag des Fachdienstes «MedienKritik» (Frankfurt) als Beitrag zur innenpolitischen Europa-Diskussion.

Der Medienmarkt Europa ist heftig umkämpft. Ohne selbständige Aktivitäten der europäischen Gremien würde man den kommenden Binnenmarkt «freiwillig anderen überlassen», so jedenfalls sieht es Colette Flesch, Leiterin der «Generaldirektion Information, Kommunikation, Kultur» der Europäischen Kommission in Brüssel.

Weltweite Konkurrenz

Die «anderen», das sind vor allem die amerikanische und die japanische Medienindustrie, gegen die es eine eigenständige europäische Medienwirtschaft zu verteidigen gilt. Das erscheint um so wichtiger, als die Vereinigten Staaten und Japan im Wettbewerb um das Fernsehen der Zukunft, die «High Definition Television» (HDTV), schon in die Offensive gegangen sind.

Um in diesem Konkurrenzkampf zu bestehen, will die EG der europäischen Medienindustrie mit eigenen Vorgaben und Projekten helfen: Die EG-Richtlinie «Fernsehen ohne Grenzen» soll die zwölf Mitgliedslän-

der der Gemeinschaft bei der notwendigen Anpassung und gegenseitigen Abstimmung ihrer Gesetzgebung unterstützen. Industrielle und technische Zwecke verfolgt dagegen das Aktionsprogramm «EUREKA audiovisuelle», mit dem die Forschungen für ein funktionierendes europäisches HDTV-System mit entsprechenden Übertragungseinrichtungen und Endgeräten vorangetrieben werden sollen. Das Programm sucht die Zusammenarbeit vor allem mit den EFTA-Staaten, aber auch ehemalige Ostblockländer sollen daran teilnehmen können; Kooperationsverträge mit Polen, Ungarn und der Tschechoslowakei sollen so bald wie möglich ausgehandelt werden.

Auf diesen Projekten baut das Brüsseler «Medienprogramm 1991-1995» auf. Dieses Programm, zumeist kurz MEDIA genannt, hat die Aufgabe, die europäische audiovisuelle Industrie besonders bei der Produktion und dem Vertrieb von Kino- und Fernsehprogrammen zu unterstützen. MEDIA steht so auch für «Mesures pour Encourager le Développement de l'Industrie Audiovisuelle». Das Programm ist mit einem Etat von insgesamt 200 Millionen der europäischen Währungseinheit Ecu (European Currency Unit) ausgestattet. Damit soll ein «produktionsförderndes Umfeld» für die Produzenten von Kino- und Fernsehprogrammen geschaffen werden.

Das geschieht im besonderen durch Kredite oder Bürgschaften, die von den jeweiligen Unterprogrammen in eigener Regie vergeben werden. Zurückgezahlt werden sie im Regelfall nur, wenn das geförderte Projekt auch auf den Markt kommt, der Produzent also damit Gewinne macht. Die Zinsen sind auf 5 Prozent beschränkt. Nach einer Anlaufzeit, die 1986 begann und von den Akteuren als «äusserst erfolgreich» beurteilt wird, ist das Programm mit Beschluss des Rates vom 21. Dezember 1990 in seine Hauptphase getreten. Seitdem ist der Name des Programms um den Zusatz «1991-1995» erweitert. Das Programm umfasst eine Vielzahl von speziellen Unterprogrammen für das Training, die Produktion und den Vertrieb.

EAVE

Zu den speziellen Trainingsprogrammen gehört das «European Audiovisual Entrepreneurs»-Programm (EAVE). Es verfolgt das Ziel, die Fernseh- und Filmproduzenten in Europa in den Bereichen Ökonomie und Marketing weiterzubilden, um so das Potential für europäische Koproduktionen zu schaffen, ein gesamt-europäisches Netzwerk zu bilden und eine anerkannt gute Reputation zu verbreiten.

Unabhängig von Genre oder Trägermedium werden freien Produzenten, deren Projekte sich noch in der Planungsphase befinden, drei achttägige Intensivseminare angeboten. Die Seminare sind über ein Jahr verteilt und finden jeweils in einem anderen europäischen Land statt.

Media Business School

Seit 1990 ist die «Media Business School» in Madrid ansässig. Sie ist eine gemeinnützige Einrichtung nach spanischem Recht und wird durch MEDIA und das ICAA (Instituto del Cine y de las Artes Audiovisuales) des Kulturministeriums unterstützt. Die Schule dient der europäischen audiovisuellen Industrie als Zentrum für die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, im besonderen aber für Erforschung und Entwicklung der Strategien für die Herausforderungen des Gemeinsamen Markts.

SCRIPT

Der «European Script Fond» – oder auch kurz nur SCRIPT genannt – unterstützt Produzenten und Autoren finanziell bei der Arbeit an Drehbüchern. Im Normalfall ist die Anleihe auf maximal 37 500 Ecu beschränkt. Besonderen Wert wird auf grenzüberschreitende Drehbuchstoffe gelegt, die das Verständnis der Regionen füreinander fördern sollen. Der Fonds wurde bereits 1985 gegründet; die beiden Nicht-EG-Staaten Österreich und Schweiz waren von Beginn an über Assoziierungsverträge einbezogen.

CARTOON

Die «European Animated Film Association», die sich nach ihrem Förderschwerpunkt kurz «CARTOON» nennt, will vorhandene Infrastrukturen der europäischen Zeichentrickfilmindustrie erhalten und ausbauen. Die Zielgruppe sind Autoren, Regisseure, Produzenten, Techniker und als potentielle Kooperationspartner die Studios.

Eine Anlaufhilfe (Pre-Production Aid) unterstützt die Erstellung von Drehbüchern, die grafischen Vorarbeiten oder einen Pilotfilm. Die Mittel sind auf 35 000 Ecu je Projekt begrenzt. Insgesamt drei Studios pro Jahr – in unterschiedlichen Ländern – können für drei Jahre eine Aufbauhilfe von maximal 600 000 Ecu erhalten. CARTOON unterstützt auch Workshops, die von den Studios organisiert werden. Auf dem einmal jährlich stattfindenden «Cartoon-Forum» werden länderübergreifende Koproduktionen und Finanzierungspartner vermittelt. In einer Datenbank schliesslich stehen den Cartoonfilmern die Brancheninformationen, zum Beispiel über Produktionsfirmen oder Festivals, zur Verfügung.

MCD

«The MEDIA Projekt for Creative Documentaries» (MCD) befindet sich seit dem 1. September 1991 in seiner sogenannten Pilotphase. Aufgabe des Programms ist es, neue Formen des Dokumentarfilms zu fördern.

MCD richtet sich an freie Produzenten und Filmemacher, die bis zu 10 000 Ecu, aber maximal 50 Prozent ihrer Produktionskosten erhalten können. Auch die Werbung kann durch das MCD gefördert werden. Hier ist ein Kredit von 5000 ECU möglich, aber wiederum nur bis zur Hälfte des Gesamtetats.

MEDIA Investment Club

Der «MEDIA Investment Club» soll einen Ansatz für die Produktion in neuen Technologien bieten. Er umfasst die Programme «HD MEDIA» und «CD 92».

«HD MEDIA» richtet sich an Produzenten und Fernsehanbieter, die angeregt werden sollen, unabhängig vom Genre Programme im europäischen HDTV-Standard zu produzieren. Die Programme sollen den Grundstock für ein zukünftiges hochzeitliches Fernsehen im 16/9-Format bilden.

«CD 92» bezeichnet das Programm, das die Akzeptanz von Multimedienproduktionen oder interaktiven optischen Systemen, basierend auf der CD-I- und der CD-ROM-Technologie, fördern soll. Sollte ein Projekt angenommen werden, kann es mit einer Fördersumme zwischen 30 000 und 430 000 Ecu rechnen.

MAP-TV

«Memory — Archives — Programmes» (MAP-TV) verfolgt die Absicht, freien Produzenten, die nach Koproduktionspartnern suchen, oder Archiven, die ihr Material veröffentlichen wollen, zu helfen.

MAP-TV vermittelt Angebote und Interessenten. Sobald Projektpartner gefunden sind, können für die Umsetzung bis zu 7,5 Prozent der Kosten, höchstens aber 40 000 Ecu, in der Anlaufphase beigesteuert werden.

EFDO

Das Projekt «European Film Distribution» (EFDO) will einer besorgniserregenden Entwicklung in Europa entgegenwirken: Schon seit Jahren sinkt der Anteil nationaler Filme in europäischen Kinos. Zudem sind etwa 80 Prozent der hiesigen Kinofilme ausschliesslich in ihrem Ursprungsland zu sehen. Dem will das EFDO in den zwölf Staaten der EG sowie in Österreich und der Schweiz entgegenwirken.

Für Filme, deren Produktionskosten 4,5 Millionen Ecu nicht übersteigen, können Filmverleiher mit bis zu 100 000 Ecu, maximal aber bis 50 Prozent ihrer Distributionskosten, bezuschusst werden; aber nur, wenn mindestens drei Verleiher aus verschiedenen Ländern zustimmen, einen Film in ihrem Raum zu vertreiben.

EVE

«Espace Vidéo Européen» (EVE) will die grenzüberschreitende Verbindung von Filmen auf Video unterstützen. Das Angebot geht besonders an kleine und mittlere Verlage und Händler, wenn die Kosten des Gesamtvorhabens bei internationalen Koproduktionen zu mindestens 51 Prozent bei einem Beteiligten im europäischen Raum liegt.

Ein förderungswürdiger Film muss in mindestens drei europäischen Staaten gleichzeitig angeboten werden; zudem darf er zuvor noch nicht auf Video erschienen sein. Die Rechte an dem Film müssen selbstverständlich nachgewiesen werden.

BABEL

Auch «Broadcasting Across the Barriers of European Language» (BABEL) will die grenzüberschreitende Verbreitung von Kino- und Fernsehprogrammen fördern. Das geschieht durch eine gezielte Hilfe bei der Synchronisation oder der Untertitelung oder durch Unterstützung vielsprachiger Projekte. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf die weniger verbreiteten Sprachen gelegt.

Der grosse Kinderfilm gehört zu den bevorzugten Genres. Ferner können Pilotfilme zu Fernsehserien, Dokumentationen oder europäische Kulturmagazine mit einer Förderung rechnen. Ein Interesse hat BABEL auch an der Entwicklung neuer Technologien zur mehrsprachigen Verbreitung.

GRECO

«Groupement Européen pour la Circulation des Œuvres» (GRECO) ist das jüngste Projekt des Medienprogramms. Es wurde im Oktober 1991 — zunächst für eine einjährige Pilotphase — gestartet. Das Programm soll die Position der europäischen freien Produzenten gegenüber den Fernsehanbietern weltweit stärken. GRECO versucht, die Programme dieser Gruppe durch einen konkreten Rechkatalog auf Dauer zu sichern.

Das Programm richtet sich an unabhängige Produzenten auf dem Gebiet der Europäischen Gemeinschaft und der mit ihr assoziierten Staaten, die einen Beitrag zu «EUREKA audiovisuelle» leisten. Die Leistungen für die Fernsehmacher entsprechen denen, die bei EFDO für den Filmvertrieb angeboten werden.

EURO AIM

Die «European Association for Audiovisual Independent Market» (EURO AIM) versteht sich als Schnittstelle zwischen Werbung, Vermarktung und Verkauf von unabhängigen Produktionen in Europa. Sie fungiert daher auch als Schirmherrin für unabhängige Produzenten auf den grossen europäischen Fachmessen.

Auf der MIP-TV und der MIPCOM — zwei grossen internationalen Fachmessen zum Thema Fernsehen und Kommunikation, die alljährlich in Cannes stattfinden — steht dem Programm eine Ausstellungsfläche von 500 Quadratmetern zur Verfügung, auf denen bis zu 120 freien Produzenten die Möglichkeit der Präsentation der eigenen Leistungsfähigkeit gegeben wird. Bei den EURO-AIM-Screenings, einem anderen Schwerpunkt des Programms, können Produktionen internationalen Einkäufern vorgestellt werden.

Gefahr: Ein audiovisueller «Europudding»

Freilich läuft das Medienprogramm mitunter nicht immer so reibungslos, wie es sich die Initiatoren wünschen. Genau wie die Richtlinien der EG zur Quotenregelung, die einen festen Platz eigener nationaler Programme im Fernsehen gewährleisten soll, gerät auch das Medienprogramm immer wieder in das Visier der Kritik gerade vonseiten der grossen Medienkonzerne oder Fernsehanbieter, auf deren Kooperation das Programm, will es Erfolg haben, angewiesen ist.

So stellte der Geschäftsführer von «Pro 7», Dr. Georg Kofler, auf dem

Kongress der «Bayrischen Landeszentrale für neue Medien» (BLM) 1991 fest, dass das Medienprogramm noch keine konkreten Ergebnisse vorzuweisen habe «als ein paar «Filmchen», die keiner sehen will». Das Fernsehen suche seine Programme nach anderen Kriterien, als es die «eurokratischen Leibwächter» wahrhaben wollten. Es bestehe die Gefahr, dass viele durch MEDIA geförderte Filme nur dem kleinen Kreis der Filmfestivalbesucher vorbehalten blieben und das grosse Publikum nicht erreichten.

Befürchtet wird aber auch, dass durch die Vielfalt von EG-Vorgaben für Koproduktionen dem Film zunehmend die regionalen Eigenheiten verloren gehen und dadurch ein «anonymer Europudding» entsteht. Dass das nicht so sein muss, zeigt der Film «Toto der Held», der in diesem Jahr mit dem europäischen Filmpreis «Felix» ausgezeichnet wurde.

Für den BLM-Präsidenten Wolf-Dieter Ring sind dirigistische Massnahmen generell kein Mittel, ein marktwirtschaftliches System zu steuern, wie es die EG-Vorgaben und -Programme versuchen. Besonders den «Media Investment Club» trifft diese Kritik, da er die von der Wirtschaft weitestgehend abgelehnte EG-Norm zum hochzeitlichen Fernsehen unterstützen muss. Aber auch GRECO ist mit seinem Versuch, die Rechte der freien Produzenten an ihrem Produkt zu erweitern, vonseiten der Fernsehanbieter unter Beschuss geraten.

Die Beispiele zeigen, dass es in der europäischen Medienwirtschaft massive Vorbehalte gegen die einzelnen EG-Projekte und -Vorgaben gibt. Sie müssen zerstreut werden, bevor das Medienprogramm nur einem kleinen erlesenen Kreis kultureller Gourmets zugänglich gemacht wird oder zu einem «anonymen Europudding» verkommt.

Auf der anderen Seite bliebe dann das grosse Ziel, eine konkurrenzfähige und die kulturelle Vielfalt Europas widerspiegelnde audiovisuelle Industrie zu schaffen, in den Verstrickungen der EG-Bürokratie stecken. *Dieter Brockmeyer*