

Wiener Medienthesen

Europäische Investitionen und Koproduktionen erleichtern

Begrenzte audiovisuelle Märkte und finanzielle Mittelknappheit kennzeichnen viele der neuen mittel- und osteuropäischen EU Mitgliedsländer. Kritische Größen hinsichtlich Werbeeinnahmen, Zuschauerquoten, Kinobesuche etc. können in vielen dieser Länder aus eigener Kraft nicht erzielt werden. Um eine Abwärtsspirale von Mittelknappheit und entsprechend eingegrenzter Inhaltsangebote zu verhindern, sind ausländische Investitionen und Kooperationen der Film- und Fernsehlandschaft dringend erforderlich. Derzeit spielen Kapital und Filmproduktionen aus den USA in den Medienmärkten der neuen EU Mitglieder eine dominante Rolle. Darüber hinaus ist aktuell auch ein spürbarer Rückgang europäischer Koproduktionen zu verzeichnen. Hier gilt es paneuropäische Produktions- und Filmförderungsmöglichkeiten zu stärken, um mit Blick auf die kulturelle Vielfalt Europas eine eigenständige Identität und Marktfähigkeit der europäischen Film- und Fernsehlandschaft stärker zu unterstützen. Europäische Förderungen, Fonds und Steueranreize (allerdings nicht im Wettlauf der nationalen Steuergesetzgebungen) sind hier - genauso wie in anderen Zukunftsbranchen - als stimulativer Beitrag zur Selbsthilfe zwingend notwendig. Europäische Kooperationen können darüber hinaus helfen, Kosten zu senken. Statt nationaler Kirchturmpolitik ist Transparenz und europäische Arbeitsteilung gefordert: Wer kann was, wo, in welcher Qualität und zu welchem Preis? Diese Informationen stehen derzeit noch nicht im benötigten Maße europaweit zur Verfügung, so dass mögliche Spezialisierungsvorteile nicht entsprechend genutzt werden.

Privates Risikokapital: Kreative europäische Inhalte entwickeln und vermarkten

Die staatliche Förderung der Herstellung und des Vertriebes von audiovisuellen Produkten durch staatliche Beihilfen darf nicht zu einem innereuropäischen Förderwettbewerb führen, indem die einzelnen Mitgliedstaaten durch versteckte Wirtschaftsförderungsprogramme versuchen, sich gegenseitig zu konkurrenzieren. Die Folge wäre ein Fördertourismus mit all seinen Ineffizienzen, der im Wettstreit der europäischen Filmindustrie mit den übermächtigen US-amerikanischen Majors nicht zielführend sein kann. Die relativ uneingeschränkte Nutzung der Vorteile des europäischen Binnenmarkts muss daher sicher gestellt werden. Es sollte daher darauf geachtet werden, dass einzelstaatliche Förderinstrumentarien tatsächlich nur zu Zwecken der Aufrechterhaltung der kulturellen Vielfalt in Europa dienen, also zur Sicherstellung der spezifischen inhaltlichen und kulturellen Prägung eines Filmwerkes. Die in der Folge möglicherweise zu erwartenden Budgetkürzungen auf regionaler Ebene müssten jedoch durch Steueranreizsysteme kompensiert werden, die auf ein privates finanzielles

Engagement mittels Risikokapital abzielen. Die mit der EU-Erweiterung einhergehenden Chancen größerer Verwertungsmärkte im audiovisuellen Sektor eröffnen auch für privates Risikokapital neue Perspektiven. Hinsichtlich einer europaweiten Vermarktung ist es jedoch notwendig, dass kreativen Inhaltsproduktionen auch neue Marketingplattformen im europäischen Verbund eröffnet werden. Hier ist nicht nur an ein europaweites Marketing schon während der Produktionsphase oder an Festivals als Content-Plattformen zu denken, sondern auch die Einbeziehung der TV-Landschaft als "Kennenlerninstanz" für kreative europäische Inhalte ist verstärkt zu nutzen. Gleichfalls sind zur besseren Vermarktung auf paneuropäischer Ebene spezifische Förderungen etwa durch Beihilfen zur Synchronisation zu diskutieren.

Fernseh-Richtlinie an die Dynamik der Werbung anpassen

Werbung ist nach wie vor der dominante Faktor der Refinanzierung im audiovisuellen Sektor. Aus diesem Grund sind die Rundfunk- und Medienunternehmen daran interessiert, diese Finanzierungsquelle nicht nur zu stabilisieren sondern weiter auszubauen. Da die Möglichkeiten der traditionellen Werbung (z.B. Programmunterbrechung durch Werbeblöcke) zunehmend an ihre Grenzen stoßen, wird versucht, mit neuen strategischen und technischen Innovationen der werbetreibenden Industrie zusätzliche neue Werbeformen zu eröffnen. Die Europäische Fernseh-Richtlinie (TWF) hat bis heute einen funktionierenden Rechtsrahmen für die Veranstaltung von Fernsehen in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union gebildet und diente den europäischen Staaten als Vorbild für die nationale Ausgestaltung von gesetzlichen Werbebestimmungen. Die technologischen und kreativen Entwicklungen in den vergangenen Jahren brachten jedoch neue Erscheinungsformen der Werbung hervor, die den bestehenden Rechtsrahmen an seine Grenzen brachten, so dass eine zukunftstaugliche Anpassung der Fernseh-Richtlinie mehr denn je gefragt ist. Dies wäre wünschenswert zur Gewährleistung der notwendigen Rechtssicherheit für die Fernsehveranstalter Europas sowie zur Sicherstellung der einheitlichen Anwendung der Fernseh-Richtlinie in allen Mitgliedstaaten. Die Notwendigkeit zur Präzisierung der geltenden Bestimmungen der Richtlinie auf neue Werbetechniken hat die Kommission in der Mitteilung vom 28.04.2004 erkannt (2004/C 102/02). Diese Mitteilung klärt jedoch nur derzeitige Auslegungsfragen einiger Aspekte neuer Werbetechniken und dient nicht der notwendigen Überprüfung und Ausarbeitung neuer Bestimmungen. Dies bleibt angesichts der Weiterentwicklung der neuen Werbeformen (Transaktionsfernsehen, virtuelle Werbung, Split Screen, interaktive Werbung) eine aktuell anstehende Aufgabe.

Urheber- und Verbreitungsrechte evaluieren und harmonisieren

Der Schutz bestehender geistiger Schöpfungen und Eigentumsrechte ist im Hinblick auf das Ziel der Schaffung von Anreizen für die Entwicklung von neuen Werken permanent zu evaluieren. Angesichts der digitalen Speicher-, Kopier- und universalen Verbreitungsmöglichkeiten sind Fragen des Umfangs des Rechtsschutzes und der Schutzdauer ebenso einzubeziehen, wie Fragen der maximal zulässigen Dauer der Übertragung von Nutzungsrechten. Die Schaffung von neuen Werken sollte durch unangemessene Schutzvorschriften zugunsten bestehender Werke nicht unnötig erschwert werden. Insbesondere die Schaffung von Rahmenbedingungen für einfaches, rasches und sicheres "Rights Clearance" wird in diesem Zusammenhang ein wichtiger Faktor sein.

Mit Blick auf einen gemeinsamen Film- und Medienmarkt in Europa ist eine abgestimmte Nutzung und Verwertung von Rechten die zentrale Zukunftsaufgabe. Dies würde zu einer europäischen Dynamisierung der gesamten Branche beitragen.

Digitalisierung des Rundfunksektors fördern

Es ist davon auszugehen, dass die Migration von der analogen zur digitalen Rundfunkübertragung europaweit nicht ausschließlich marktgetrieben verlaufen wird. Insbesondere in der Einführungsphase, die aller Voraussicht nach von erhöhten Aufwendungen in den Bereichen Planung, Erprobung, Testbetriebe, Schaffung öffentlichen Bewusstseins sowie Abwicklung des aufwändigeren "Simulcast-Betriebes" gekennzeichnet sein wird, werden außerordentliche finanzielle Mittel erforderlich sein. Zur erfolgreichen Digitalisierung der Rundfunkübertragungswege müssen die Mitgliedstaaten daher die Möglichkeit haben, bei Bedarf im Rahmen des europäischen und nationalstaatlichen Wettbewerbsrechts finanzielle Förderungen zur Abfederung der Mehrkosten zu gewähren. Auch an für Endverbraucher/Konsumenten zugängliche Förderungen für die Anschaffung von digitalen Endgeräten – nicht zuletzt aus sozialen Gründen, aber auch aus Gründen der Beschleunigung des Migrationsprozesses – ist zu denken. Dabei sind die europarechtlichen Vorschriften zur Notifizierung geplanter Beihilfen einzuhalten, um ein koordiniertes Vorgehen der Mitgliedstaaten zu gewährleisten.

Digitale Rundfunkdienste durch europäische Standards unterstützen

Eine erfolgreiche europäische Digitalisierungsstrategie erfordert die Förderung einheitlicher technischer Standards auf europäischer Ebene (insbesondere im Zusammenhang mit digitalen Zusatzdiensten), um von vornherein eine Zersplitterung des europäischen digitalen Rundfunkmarktes durch die Einführung proprietärer Systeme in den einzelnen Mitgliedstaaten zu verhindern und um eine rasche Einführung digitaler Angebote durch Schaffung eines konsistenten digitalen Rundfunkmarktes in Europa zu ermöglichen. Auch die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 7.03.2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und Kommunikationsdienste (Rahmenrichtlinie) nimmt in den Bestimmungen über die Schaffung und Anwendung von einheitlichen Normen und Spezifikationen auf diesen Umstand Bedacht.

Perspektiven des Dualen Systems stärken

Die Entwicklung dualer Rundfunksysteme hat in den Mitgliedstaaten verschiedene Wege genommen und ist - insbesondere in einigen mittel- und osteuropäischen Mitgliedsländern - noch nicht abgeschlossen. Der Mediengesetzgebung sollte daran gelegen sein, stärkere Entwicklungsmöglichkeiten für private Rundfunkveranstalter zu schaffen, ohne jedoch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in seinen besonderen Aufgaben zu schwächen. In diesem Zusammenhang muss auch eine Auseinandersetzung mit dem öffentlich-rechtlich Auftrag zulässig sein, ohne diesen zu gefährden. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass insbesondere in den neuen Mitgliedsländern der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit historisch bedingten Stabilitäts- und Legitimationsproblemen konfrontiert ist.

Transparenz der Regulierungsmaßstäbe verbessern

Der zu regulierende Markt ist - für alle Teilnehmer - geprägt von Zutrittsbarrieren und durch fehlende Ressourcen. Eine Entlastung der Ressourcenknappheit kann durch Digitalisierung der Verbreitungswege geschaffen werden, wodurch regulatorische Fragestellungen im Zusammenhang mit Zugangsfragen von wachsender Bedeutung sein werden. Einhergehend muss im europäischen Raum, wie auch in den einzelnen Mitgliedstaaten, die Entwicklung einheitlicher bzw. vergleichbarer Regulierungsmaßstäbe für öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter an Bedeutung gewinnen. Die Teilnehmer eines gemeinsamen Marktes sollten auch vergleichbare Voraussetzungen in Regulierungsfragen vorfinden.

Medienpluralismus sichern

Ungeachtet der vielfältigen nationalen Mediensysteme und der politischen Kultur sind die Mitgliedstaaten der Europäischen Union sowie die Mitgliedsländer des Europarats verpflichtet, den Pluralismus der Medien in den nationalen Systemen zu schützen. Angesichts der unterschiedlichen Ausgangs- und Rahmenbedingungen in den europäischen Medienmärkten, der sektorspezifischen Besonderheiten und der unterschiedlichen territorialen Ausrichtungen medialer Angebote (auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene) ist die Umsetzung dieser normativen Zielsetzung äußerst diffizil. Von den Mitgliedsländern ist besonders sorgfältig bei Unternehmenszusammenschlüssen und Unternehmensaufkäufen im Mediensektor zwischen wirtschaftlicher Notwendigkeit einerseits und der Meinungsvielfalt andererseits abzuwägen, um sicherzustellen, dass die größtmögliche Diversität und Pluralität von Meinungen in den Medien gewährleistet bleibt. Hier stellt sich die Frage, ob wettbewerbsrechtliche Ansätze allein geeignet sind, Medienvielfalt zu gewährleisten. In vielen EU-Ländern existieren keine spezifischen medienpolitischen Regelungen zu dieser Problematik. Mit Blick auf die zukünftige Entwicklung der digitalen Fernsehlandschaft ist angesichts fehlender vertikaler Konzentrationsbeschränkungen in den meisten Mitgliedstaaten eine besonders aufmerksame Beobachtung der vertikalen Medienkonzentration angezeigt, um sicherzustellen, dass Inhalteanbietern und Rundfunkveranstaltern ein chancengleicher Zugang zu digitalen Plattformen offen steht. Insgesamt ist eine verbesserte Transparenz der Beteiligungsverhältnisse anzustreben.

Kulturelle Identität erhalten und europäische Identität stärken

Notwendig ist es aus europäischer Perspektive, die richtige Balance zwischen internationaler Kompatibilität und Marktfähigkeit einerseits und kultureller Vielfalt und Eigenständigkeit andererseits zu erzielen. Es ist zu einfach nur die Dominanz US-amerikanischer Filme zu beklagen. Die spezifischen audiovisuellen Dilemmata der europäischen Film- und Fernsehlandschaft sind offensichtlich: Es gibt aufgrund der unterschiedlichen kulturellen Traditionen keine gemeinsame europäische audiovisuelle Sprache. Die unterschiedlichen audiovisuellen Traditionen erschweren den Zugang zu den Filmen anderer europäischer Länder. Es fehlt zumeist an gemeinsamen Themen, lebendigen Erzählungen und europäischen Stars zur Identifikation. Aber: Es gibt in Europa die Neugier auf die anderen europäischen Länder und es gibt europäische international erfolgreiche Filmproduktionen. Diese Einzelerfolge

gilt es zu verstetigen. Neben persönlichen Erfahrungen ermöglicht es vor allem der Film, die Abstraktheit Europas durch emotionale und massenattraktive Geschichten zu beleben und zu einer Stärkung der europäischen Identität beizutragen.