



Brüssel, den 30.5.2018
COM(2018) 366 final

ANNEXES 1 to 2

ANHÄNGE

des

**Vorschlags für eine VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND
DES RATES**

**über das Programm Kreatives Europa (2021 bis 2027) und zur Aufhebung der
Verordnung (EU) Nr. 1295/2013**

ANHANG I

Ergänzende Angaben zu den zu finanzierenden Tätigkeiten

1. AKTIONSBEREICH KULTUR

Zur Umsetzung der in Artikel 4 genannten Prioritäten des Aktionsbereichs KULTUR werden folgende Maßnahmen ergriffen:

Horizontale Maßnahmen:

- (a) Kooperationsprojekte;
- (b) europäische Netze von Organisationen des Kultur- und Kreativsektors aus unterschiedlichen Ländern;
- (c) europaweite Plattformen für den Kultur- und Kreativsektor;
- (d) Mobilität von Künstlerinnen und Künstlern und Fachleuten aus dem Kultur- und Kreativsektor;
- (e) Unterstützung von Organisationen aus dem Kultur- und Kreativsektor beim Agieren auf internationaler Ebene;
- (f) Politikentwicklung, Zusammenarbeit und Umsetzungsmaßnahmen im Kulturbereich, unter anderem durch Bereitstellung von Daten, Austausch bewährter Verfahren oder Pilotprojekte.

Sektorspezifische Maßnahmen:

- (a) Unterstützung des Musiksektors: Förderung von Vielfalt, Kreativität und Innovation im Musikbereich, insbesondere in Bezug auf die Verbreitung musikalischer Repertoires in Europa und anderen Teilen der Welt, Schulungsmaßnahmen und Publikumsentwicklung für europäische Musik sowie Unterstützung der Datenerhebung und -analyse;
- (b) Unterstützung des Buch- und Verlagssektors: gezielte Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt, Kreativität und Innovation, insbesondere der Übersetzung und grenzüberschreitenden Bekanntmachung europäischer Literatur in Europa und anderen Teilen der Welt, Schulungen und Austauschmaßnahmen für Fachleute des Sektors, Autorinnen und Autoren sowie Übersetzerinnen und Übersetzer, länderübergreifende Projekte zur Förderung von Kooperation, Innovation und Entwicklung im Sektor;
- (c) Unterstützung des Architektur- und Kulturerbesektors: zielgerichtete Maßnahmen zur Förderung der Mobilität der Akteure, Kapazitätsaufbau, Publikumsentwicklung und Internationalisierung der Sektoren Kulturerbe und Architektur, Förderung der Baukultur, Unterstützung der Bewahrung, Erhaltung und Aufwertung des Kulturerbes und seiner Werte durch Sensibilisierung, Vernetzung und Peer-Learning-Aktivitäten;
- (d) Unterstützung anderer Sektoren: zielgerichtete Maßnahmen zur Förderung kreativer Aspekte der Sektoren Design und Mode sowie des Kulturtourismus; Bewerbung und Repräsentation dieser Sektoren außerhalb der Europäischen Union.

Spezifische Maßnahmen, um die kulturelle Vielfalt sowie das kulturelle Erbe Europas sichtbar und greifbar zu machen und um den interkulturellen Dialog zu stimulieren:

- (a) Kulturhauptstädte Europas – Sicherstellung der finanziellen Unterstützung gemäß Beschluss Nr. 445/2014/EU des Europäischen Parlaments und des Rates¹;
- (b) Europäisches Kulturerbe-Siegel – Sicherstellung der finanziellen Unterstützung gemäß Beschluss Nr. 1194/2011/EU des Europäischen Parlaments und des Rates²;
- (c) EU-Kulturpreise;
- (d) Europäische Tage des Kulturerbes;
- (e) Unterstützung solcher europäischer kultureller Einrichtungen, die unmittelbar an die Bürgerinnen und Bürger gerichtete kulturelle Dienstleistungen mit großer geografischer Reichweite erbringen.

2. AKTIONSBEREICH MEDIA

Zur Umsetzung der in Artikel 5 genannten Prioritäten des Aktionsbereichs MEDIA des Programms werden – unter Berücksichtigung der Unterschiede zwischen den Ländern bei der Produktion audiovisueller Inhalte, beim Vertrieb, beim Zugang und hinsichtlich der Größe und der Besonderheiten der betreffenden Märkte – unter anderem folgende Maßnahmen ergriffen:

- (a) Entwicklung audiovisueller Werke;
- (b) Schaffung von innovativen TV-Inhalten und innovativem Serien-Storytelling;
- (c) Werbe- und Marketinginstrumente, auch online und mit Einsatz von Datenanalyse, um den Bekanntheitsgrad, die Sichtbarkeit, den grenzübergreifenden Zugang und die Publikumsreichweite europäischer Werke zu steigern;
- (d) Unterstützung des internationalen Vertriebs und der Verbreitung von ausländischen europäischen Werken auf allen Plattformen, auch mithilfe koordinierter, auf mehrere Länder ausgerichteter Vertriebsstrategien;
- (e) Unterstützung des Austauschs zwischen Unternehmen und von Vernetzungsaktivitäten, um europäische und internationale Koproduktionen zu erleichtern;
- (f) Werbung für europäische Werke auf Branchenveranstaltungen und -messen in Europa und in anderen Teilen der Welt;
- (g) Initiativen zur Förderung der Publikumsentwicklung und der Filmbildung, die sich insbesondere an ein junges Publikum richten;

¹ Beschluss Nr. 445/2014/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. April 2014 zur Einrichtung einer Aktion der Europäischen Union für die „Kulturhauptstädte Europas“ im Zeitraum 2020 bis 2033 und zur Aufhebung des Beschlusses Nr. 1622/2006/EG (ABl. L 132 vom 3.5.2014, S. 1).

² Beschluss Nr. 1194/2011/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. November 2011 zur Schaffung einer Maßnahme der Europäischen Union für das Europäische Kulturerbe-Siegel (ABl. L 303 vom 22.11.2011, S. 1).

- (h) Schulungs- und Mentoring-Aktivitäten, um die Fähigkeit der audiovisuellen Akteure zur Anpassung an neue Marktentwicklungen und digitale Technologien zu verbessern;
- (i) Netz europäischer Video-on-Demand-Anbieter, die einen erheblichen Anteil ausländischer europäischer Werke anbieten;
- (j) Netz(e) europäischer Festivals, die einen erheblichen Anteil ausländischer europäischer Filme zeigen;
- (k) Netz europäischer Kinobetreiber, die einen erheblichen Anteil ausländischer europäischer Filme zeigen;
- (l) spezifische Maßnahmen für eine ausgewogenere Beteiligung der Geschlechter im audiovisuellen Sektor;
- (m) Unterstützung des politischen Dialogs, innovativer politischer Maßnahmen und des Austauschs vorbildlicher Verfahren, u. a. durch analytische Tätigkeiten und Bereitstellung zuverlässiger Daten;
- (n) Grenzübergreifender Austausch von Erfahrungen und Know-how, Peer-Learning-Aktivitäten und Vernetzung zwischen dem audiovisuellen Sektor und den politischen Entscheidungsträgern.

3. SEKTORÜBERGREIFENDER AKTIONSBEREICH

Zur Umsetzung der in Artikel 6 genannten Prioritäten des SEKTORÜBERGREIFENDEN AKTIONSBEREICHS werden insbesondere folgende Maßnahmen ergriffen:

Politische Zusammenarbeit und Öffentlichkeitsarbeit:

- (a) Politikentwicklung, grenzübergreifender Austausch von Erfahrungen und Know-how, Peer-Learning-Aktivitäten und sektorübergreifende Vernetzung zwischen Organisationen des Kultur- und Kreativsektors und politischen Entscheidungsträgern;
- (b) sektorübergreifende analytische Tätigkeiten;
- (c) Unterstützung von Maßnahmen zur Förderung der grenzübergreifenden politischen Zusammenarbeit und Politikentwicklung auf dem Gebiet der sozialen Eingliederung durch Kultur;
- (d) Verbesserung des Wissens über das Programm und die vom Programm abgedeckten Themen, Förderung der an die Bürgerinnen und Bürger gerichteten Öffentlichkeitsarbeit, Verbesserung der Übertragbarkeit von Ergebnissen über die nationale Ebene der Mitgliedstaaten hinaus.

Labor für kreative Innovationen:

- (a) Unterstützung neuer Formen der kreativen Arbeit an den Schnittstellen unterschiedlicher Bereiche des Kultur- und Kreativsektors, etwa durch Nutzung innovativer Technologien;
- (b) Förderung innovativer sektorübergreifender Konzepte und Instrumente zur Erleichterung des Zugangs, der Verbreitung, der Bekanntmachung und der Monetarisierung von Kultur und Kreativität, einschließlich des kulturellen Erbes.

Kontaktstellen:

- (a) Bekanntmachung des Programms auf nationaler Ebene und Bereitstellung von Informationen über die verschiedenen Arten finanzieller Unterstützung, die im Rahmen der Unionspolitik zur Verfügung stehen;
- (b) Stimulierung der grenzübergreifenden Zusammenarbeit zwischen Fachleuten, Einrichtungen, Plattformen und Netzen innerhalb der Politikbereiche und Sektoren, die unter das Programm fallen, sowie bereichs- und sektorübergreifend;
- (c) Unterstützung der Kommission, damit die Ergebnisse des Programms in geeigneter Form bei den Bürgerinnen und Bürgern bekannt gemacht bzw. verbreitet werden;

Bereichsübergreifende Aktivitäten zur Förderung der Nachrichtenmedien:

- (a) Begleiten des strukturellen Wandels im Mediensektor durch Förderung eines vielfältigen, pluralistischen Medienumfelds und Beobachtung dieses Umfelds;
- (b) Förderung hoher Standards im Bereich der Medienproduktion durch Unterstützung der Zusammenarbeit, des kollaborativen Journalismus und hochwertiger Inhalte;
- (c) Förderung der Medienkompetenz, sodass die Bürgerinnen und Bürger ein kritisches Verständnis der Medien entwickeln.

ANHANG II

Indikatoren

AKTIONSBEREICH KULTUR:

Zahl und Umfang der mit Unterstützung des Programms aufgebauten transnationalen Partnerschaften
Zahl der Künstler/innen und sowie der Akteurinnen und Akteure des Kultur- und Kreativsektors, die aufgrund der Unterstützung des Programms (geografisch) mobil sind, aufgeschlüsselt nach Herkunftsland
Zahl der Menschen, die auf mit Unterstützung des Programms erstellte europäische kulturelle und kreative Werke zugreifen, einschließlich Werken aus anderen Ländern als ihrem eigenen
Zahl der im Rahmen des Programms geförderten Projekte, die sich an benachteiligte Gruppen, insbesondere Arbeitslose junge Menschen sowie Migrantinnen und Migranten, richten.
Zahl der im Rahmen des Programms geförderten Projekte, an denen Organisationen aus Drittländern beteiligt sind

AKTIONSBEREICH MEDIA:

Zahl der Menschen, die auf audiovisuelle Werke zugreifen, die aus anderen europäischen Ländern als ihrem eigenen stammen und die eine Unterstützung aus dem Programm erhalten haben
Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an vom Programm unterstützten Lernaktivitäten, die nach eigener Aussage ihre Kompetenzen verbessern und ihre Beschäftigungsfähigkeit steigern konnten
Zahl und Budget der Koproduktionen, die mit Unterstützung des Programms entwickelt und realisiert wurden
Zahl der Menschen, die auf großen Märkten durch Business-to-Business-Werbeaktivitäten erreicht wurden

SEKTORÜBERGREIFENDER AKTIONSBEREICH:

Zahl und Umfang der aufgebauten transnationalen Partnerschaften (zusammengesetzter Indikator sowohl für Labors für kreative Innovationen als auch für an die Nachrichtenmedien gerichtete Maßnahmen)
Zahl der von den Kontaktstellen organisierten Werbeveranstaltungen für das Programm