

SUSANNE NIKOLTCHEV und MARTIN KANZLER
im Gespräch mit JUDITH KEILBACH und FLORIAN KRAUTKRÄMER

SIMPLE ZAHLEN UND NEUTRALE INFORMATIONEN

Produktionsforschung durch Studien des European Audiovisual Observatory

Das European Audiovisual Observatory (EAO, dt. Europäische Audiovisuelle Informationsstelle) befindet sich in Straßburg in unmittelbarer Nachbarschaft zum Europarat. In der Villa Schutzenberger sammelt ein Team von gegenwärtig 27 Mitarbeiter*innen Daten und juristische Informationen zum Europäischen Film- und TV-Markt, die regelmäßig in verschiedenen Studien veröffentlicht werden. Diese werden kostenfrei auf der Website des EAO veröffentlicht (www.obs.coe.int) und zu besonderen Gelegenheiten wie den Filmfestspielen in Cannes auch der Öffentlichkeit vorgestellt. Neben Studien über die Verteilung von Marktanteilen in Kinos und bei VOD-Anbietern sowie den Zahlen der Filmproduktionen in Europa, in denen sich die Industrienähe des EAO manifestiert, werden auch zunehmend Studien veröffentlicht, die besondere Perspektiven einnehmen, z. B. Studien zur Zugänglichkeit audiovisueller Inhalte von TV-Sendern und Streaminganbietern für Personen mit Einschränkungen oder zu den Zahlen weiblicher Beschäftigter in Europäischen Film- und TV-Produktionen.

Judith Keilbach und Florian Krautkrämer sprachen mit der geschäftsführenden Direktorin Dr. Susanne Nikoltchev und dem stellvertretenden Leiter der Abteilung für Marktinformationen Martin Kanzler. Nikoltchev ist Juristin in den Bereichen Medien, Telekommunikation, internationales Handelsrecht und EU-Wettbewerbsrecht und seit 1998 beim EAO tätig. Kanzler hat Internationale Betriebswirtschaft in Wien studiert und ist seit 2017 in Straßburg. Für die Film- und Medienwissenschaft sind die Studien des EAO interessant, weil sie – trotz oder gerade wegen ihrer Industrienähe – oft die einzigen detaillierten und umfassenden Zahlen liefern, die für die Produktionsforschung zur Verfügung stehen. Gleichzeitig steht die Arbeit des EAO auch in einem politischen Zusammenhang: So ist die Erhebung

von Daten, die darüber Auskunft geben, aus welchen Ländern die Produktionen in den Katalogen der Streaming-Anbieter stammen, wichtig für die Quotenregelung der EU. Aber auch der Brexit und seine Auswirkungen auf die Märkte werden in der Datensammlung reflektiert. Die Zahlen zur Kinoauswertung sind darüber hinaus vor dem Hintergrund der Covid-19-Pandemie auch für lokale Akteur*innen wichtig. Zudem publiziert das EAO jährlich Daten zur Geschlechtergerechtigkeit in der Branche und beginnt seine Aufmerksamkeit auch auf Fragen der ökologischen Nachhaltigkeit in der Film- und Fernsehindustrie zu richten. Von Interesse war daher, etwas über die institutionellen Hintergründe des EAO sowie die von ihm zusammengestellten Daten zu erfahren.

Judith Keilbach / Florian Krautkrämer Wann und mit welchem Ziel wurde das EAO gegründet?

Susanne Nikoltchev Das war Ende der 1980er Jahre mit dem grenzüberschreitenden Fernsehen. Damals stellte man fest, dass der Sektor durch mehr Transparenz gestärkt werden sollte, denn bis dato hatten Institutionen damit zu kämpfen, dass man lediglich Wissen über sein eigenes Land und möglicherweise auch noch über ein Nachbarland hatte. Das machte es für Unternehmen schwierig, grenzüberschreitende Aktivitäten zu planen und nicht nur in einem Land zu agieren. Daher gab es ein Bedürfnis nach Informationen und nach Leuten, die den Status quo der Industrie im weiteren Europa und möglichst auch noch den rechtlichen Rahmen dazu erklären können.

Man hat diese Informationsstelle dann zum erweiterten Teilabkommen des Europarats gemacht, wodurch sie den Status des Unparteiischen bekam. Sie können sich das Ganze als Aktivität des Europarats vorstellen. Unsere Mitglieder sind 39 Länder, die im Europarat vertreten sind, plus Marokko und die EU, wobei am Anfang, 1992, einige dieser Länder noch gar nicht Mitglied des Europarats waren. Denken Sie z. B. an die Balten oder Polen.¹ Dort bestand ein großes Interesse an der Öffnung der Märkte. Die Zusammenarbeit war für diese Länder ungeheuer wichtig.

Das EAO ist Teil des Europarates, allerdings mit einer besonders großen Unabhängigkeit, insbesondere einer eigenen Budgethoheit, die uns von allen anderen Bereichen des Europarats unterscheidet. Unser Budget ist isoliert von dem des Europarats, und das ist auch bei der Gründung ganz klar so festgelegt worden.

Die Informationsstelle war als eine Drehscheibe gedacht, um Informationen zu sammeln, die schon existieren, diese zu harmonisieren und eine gemeinsame Methodologie zu entwickeln, damit das alles vergleichbar wird. Damit sollte auch die bessere Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Institutionen ermöglicht werden. An diesem Grundgedanken halten wir nach wie vor fest. Zwar gibt es von einigen Bereichen keine Daten, aber wo wir die Möglichkeit haben, Daten zusammenzuführen, tun wir das. Inzwischen decken wir so viele Bereiche ab, dass wir 27 festangestellte Mitarbeiter*innen haben.

¹ Dass hier nicht gegendert wird, ist der Mündlichkeit des Gesprächs und der Wiedergabe der darin verwendeten Sprache geschuldet. Eine gendersensible Schreibweise wurde hier nur an den Stellen angepasst, an denen es für das Verständnis oder den Diskurs zwingend notwendig war.

Unsere Kompetenz ist mittlerweile für das Analysieren von Daten gefragt und wir geben den politisch Verantwortlichen eine Orientierungshilfe, wobei ganz wichtig ist, dass wir deren Entscheidung nicht ersetzen. In unserem Statut ist fest verankert, dass wir uns nicht politisch engagieren und dass wir strikt zu Neutralität und Objektivität verpflichtet sind.² Durch Informationen schaffen wir eine Verständnisgrundlage, auf der dann hoffentlich sinnvolle und vernünftige Entscheidungen getroffen werden können.

J.K./F.K. Gibt es ein Beispiel, bei dem die Analyse der Daten Orientierung geschaffen hat?

S.N. Als der Krieg gegen die Ukraine begann, gab es große Besorgnis über die russische Einflussnahme durch diverse Fernsehsender. Dank unserer MAVISE-Datenbank (mavise.obs.coe.int) haben wir feststellen können, welche Sender von außerhalb nach Europa reinsenden und wer dafür die juristische Zuständigkeit hat in Europa. Die Kommission hat sich dieser Information bedient für ihre Entscheidung, diese Sender zu verbieten. Und die Verordnung der Kommission haben wir dann wiederum den Leuten erklärt.³

J.K./F.K. Zwischen den Daten und politischen Entscheidungen gibt es also durchaus einen Zusammenhang?

S.N. Häufig ist es so, dass jemand mit einem bestimmten politischen Ziel an uns herantritt, beispielsweise wenn es aufgrund von Marktverzerrung zu Regulierungen kommen soll. Wenn wir Daten haben, stellen wir diese zur Verfügung, sagen aber: Ob das eine Marktverzerrung ist, müsst ihr selbst feststellen. Haben wir keine Daten dazu, erheben wir diese aber nicht extra.

Martin Kanzler Ein anderes Beispiel wäre der Anteil europäischer Filme in den VOD-Katalogen. Wir haben diese als Status quo analysiert, bevor die Kommission die Zahl der Quote festgelegt hat. Wir haben also keine Ratschläge gegeben, sondern lediglich dokumentiert, wie viel Prozent die europäischen Filme in den Katalogen ausmachen.

S.N. Das ist ein Dauerthema der Kommission: der Erfolg ihrer Unterstützung von europäischen Werken.

J.K./F.K. Das ist ein großer Anteil Ihrer Studien: Auswertung, Produktionen, Marktwert. Mit den regelmäßig veröffentlichten Zahlen zu den Marktanteilen verschiedener Anbieter lassen sich nicht nur Technikentwicklungen und -einführungen nachverfolgen, z. B. im Bereich des Streaming, sondern auch, wie sich diese auch im Krisenjahr 2020 im Vergleich zum Zeitraum davor und danach entwickelt haben. Durch die Fokussierung auf ganz Europa lässt sich zudem auch die unterschiedliche Entwicklung in den verschiedenen Regionen nachzeichnen.⁴

M.K. Wir versuchen uns auf die Bereiche zu konzentrieren, zu denen wir als Observatory Daten haben, die sonst niemand hat, sodass wir einen Mehrwert

² Dazu heißt es in der Satzung konkret: «1.1 Ziel der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle – im folgenden «die Informationsstelle» – ist es, den Informationsfluß innerhalb der audiovisuellen Industrie zu verbessern und den Überblick über den Markt sowie dessen Transparenz zu fördern. Dabei soll die Informationsstelle besonderen Wert darauf legen, Verlässlichkeit, Kompatibilität und Vergleichbarkeit der Informationen zu gewährleisten.» Council of Europe/Committee of Ministers: Entschließung CM/Res(2020)49 betreffend Ergänzungen zur Satzung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, 8.12.2020, hier 1, rm.coe.int/090001680a0c25e (9.6.2023).

³ Das Vorgehen war dabei auch unter Jurist*innen nicht unumstritten, vgl. z. B. die Analyse dazu von Prof. Dr. Wolfgang Schulz: Informationsfreiheit im Ausnahmezustand, in: Legal Tribune Online, 23.4.2022, [lto.de/recht/hintergruende/h/russia-today-verbot-der-eu-zulaessig-oder-nicht-kompetenzueberschreitung](https://www.lto.de/recht/hintergruende/h/russia-today-verbot-der-eu-zulaessig-oder-nicht-kompetenzueberschreitung) (28.6.2023).

⁴ Vgl. European Audiovisual Observatory/Council of Europe: Yearbook 2022/2023: Key Trends. Television, Cinema, Video and On-Demand Audiovisual Services. The Pan-European Picture, Straßburg 2023, 36 f., rm.coe.int/yearbook-key-trends-2022-2023-en/1680aagf02 (31.5.2023).

schaffen können und nicht einfach wiederholen, was es ohnehin schon von anderer Seite gibt. Mit dem Aspekt der paneuropäischen Auswertung, sowohl im Kino als auch im Bereich VOD, sind wir einzigartig.

J.K./F.K. Wie kam es dazu, dass Sie inzwischen auch andere Themen als nur Marktzahlen bei Film und Fernsehen bearbeiten?

S.N. Der Markt hat sich schlichtweg weiterentwickelt. Zu Beginn ging es hauptsächlich um Informationen zum Fernsehen und zum Film, Telekommunikation hat damals keine Rolle gespielt. Das ist heutzutage anders. Durch die Konvergenz und neue Distributionsformen wie on demand kamen weitere Bereiche hinzu, die wir dann angehängt haben.

Es gibt natürlich auch Bereiche, die wir gerne bedienen würden, aber an denen wir uns die Zähne ausbeißen, wie z. B. steuerrechtliche Aspekte oder das Arbeitsrecht. Aktuell diskutieren wir, ob unsere Ressourcen für Videospiele ausreichen. Also: Es entwickelt sich pragmatisch.

M.K. Games können wir aus Kapazitätsgründen nicht abdecken. Manchmal verhindert auch der erschwerte Zugang zu den Daten, dass wir mehr machen können.

J.K./F.K. Können Sie ein Beispiel für einen Bereich nennen, für den Sie keine Daten haben?

M.K. Ein Beispiel für einen Bereich, zu dem es Daten gibt, aber zu prohibitiv hohen Preisen, waren die Verkaufszahlen von DVDs auf Titelbasis.⁵ Wir wollen nicht nur Kino, sondern eben auch den Videomarkt erfassen, damit wir den Marktanteil europäischer Filme berechnen können. Wir hatten sogar ein Kaufkonsortium von interessierten Filminstituten gebildet, um gemeinsam einen Datensatz pro Jahr zu kaufen. Aber der Preis war so hoch, dass das unerschwinglich war.

Ein anderes Beispiel sind die Zuschauerzahlen, also die Quoten der Fernsehsender. Die gibt es, aber sie sind vertraulich. Wir könnten sie zwar zu einem entsprechenden Preis kaufen, aber wir dürfen sie nicht publizieren. Das ist für uns dann wenig sinnvoll. Wir folgen ja keinem Eigenzweck, sondern wir brauchen Daten, die wir teilen können.

Und in anderen Bereichen, wie *sustainability*, gibt es zurzeit noch keine echten Daten. Es gibt einzelne Fallstudien, aber es gibt keine Organisationen, die landesweit bestimmte Indikatoren erheben und mit denen man ein Netzwerk aufbauen und kooperieren könnte.

Es gibt also unterschiedliche Gründe, weshalb wir zu bestimmten Bereichen keine Daten haben.

J.K./F.K. Wo kommen die Daten her, die Sie haben? Werden alle Daten gekauft oder gibt es auch andere Wege?

M.K. Das ist von Thema zu Thema unterschiedlich. Die meisten film- und kino-spezifischen Daten bekommen wir von EFARN (European Film Agency Research

⁵ Aufgrund von Vertraulichkeitsvereinbarungen kann das EAO keine Anbieter und Preise nennen.

Network), einem lange bestehenden und gut funktionierenden Netzwerk von den nationalen Filminstituten. Die Zahlen werden jeweils für den eigenen Markt erhoben. Wir arbeiten mit vier oder fünf Fragebögen pro Jahr, mit denen wir die Zahlen beziehen und dann aggregieren. Das ist auch die Basis für die Kinoaushwertung. Wir kaufen hier also keine Daten, sondern bekommen diese von den Filminstituten auf Titelformatbasis.

Die VOD-Daten werden hingegen gekauft von ein, zwei, drei unterschiedlichen Datenprovidern. Die Daten für die MAVISE-Datenbank werden in Kooperation mit den nationalen Regulierungsbehörden ebenfalls kostenfrei bezogen.

Grundsätzlich prüfen wir, ob es Möglichkeiten gibt, von Partnerschaften und Netzwerken verlässliche Daten kostenlos oder zu niedrigen Preisen zu beziehen. In vielen Bereichen ist das allerdings nicht möglich, und dann schauen wir, ob wir mit den verlässlichsten Datenprovidern eine Vereinbarung treffen können, die es erlaubt, die Daten zu nutzen und zu publizieren.

J.K./F.K. Machen Sie bei den Daten Stichproben, kontrollieren Sie?

M.K. Ja, wo immer wir können. Wenn wir zu einem Thema zwei Datensätze haben, dann machen wir Plausibilitätschecks. Nicht immer, aber bei der Auswahl eines Datenproviders schauen wir uns das an. Wir vergleichen Daten und versuchen auf der Grundlage unseres Wissens und unserer Kenntnis aus anderen Bereichen einzuschätzen, wie verlässlich die Daten sind. Wir fragen auch immer nach der Marktabdeckung, d.h., wie viel Prozent des Marktes werden durch die Zahlen abgedeckt, und danach, wie die Daten zustande kommen.

J.K./F.K. Inwiefern haben Sie aufgrund Ihrer Stellung und Expertise Zugang zu Daten, die andere nicht bekommen können?

M.K. Es bedarf bestimmter Vertraulichkeitsvereinbarungen, aber im Filmbereich z.B. bekommen wir seit fünf Jahren wirklich detaillierte Finanzierungspläne aus verschiedenen Ländern von bis zu fünf-, sechshundert Kinofilmen, die pro Jahr produziert werden. Wir sehen, wie viel von der öffentlichen Förderung kommt, wie viel von *presales*, was von den Produzenten eingebracht wird etc. Diese Daten sind strengstens vertraulich. Die bekommen erstens nur wir, zweitens bekommen wir sie auf anonymer Basis und drittens verpflichten wir uns, diese Daten wirklich nur in aggregierter Form zu publizieren. Durch diese Kombination von Vertraulichkeitsvereinbarungen, Publikation und Analyse nur auf aggregierter Basis bekommen wir Daten, zu denen wahrscheinlich sonst niemand Zugang hat.

S.N. In diesem Zusammenhang sollten wir unseren Beratenden Ausschuss erwähnen, zu dem europäisch organisierte Verbände gehören, die verschiedenste Gruppierungen der audiovisuellen Welt vertreten – von den Nutzer*innen über die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die Privaten, die VOD-Betreiber, die Vertrieber von Kinowerken bis zu den nationalen Regulierungsbehörden. Der Beratende Ausschuss ist so eingerichtet, weil unsere Arbeit an den realen

Bedürfnissen des Marktes orientiert sein soll. Aber die Zusammensetzung ist auch der Einsicht geschuldet, dass wir unsere Arbeit nur machen können, wenn der Sektor mit uns zusammenarbeitet. Die Leute im Beratenden Ausschuss haben entweder Daten oder spezifische Kenntnisse, die sie beisteuern können. Das ist eigentlich eine ganz gute Zusammenarbeit, auch wenn sie natürlich nicht unproblematisch ist, da wir objektiv bleiben müssen. Die einzelnen Mitglieder haben ja auch eigene Interessen und da müssen wir schon eine gewisse Distanz wahren. Insgesamt haben wir aber durch unseren Beratenden Ausschuss nicht nur eine hervorragende Zuarbeit, sondern auch ein gutes Einschätzungsvermögen, was machbar ist.

J.K./F.K. Können Sie auch Beispiele für Themen nennen, die auf Ablehnung stoßen?

S.N. Es gibt immer wieder Nachfragen nach der Vergütung von Kreativkräften. Um hierzu solide Auskunft geben zu können, müsste man allerdings die Verträge einsehen – und wenn man das im Beratenden Ausschuss anspricht, wird relativ schnell deutlich, dass die Lust, diese offenzulegen, sehr gering ist. Und wenn wir's nicht einmal von den Leuten in unserem Beratenden Ausschuss bekommen, dann bekommen wir's von niemandem.

Es ist auch möglich, dass wir Institutionen ansprechen, ob sie Mitglied im Beratenden Ausschuss werden wollen, eine Entscheidung, die letztlich durch das Führungsgremium der EAO getroffen wird. Das ist natürlich da wichtig, wo ganz neue Bereiche in unserer Arbeit auftauchen. Wenn wir morgen Video-games machen würden, dann wäre es sinnvoll zu gucken, wo ist denn da ein europäisch organisierter Vertreter für die Branche?

J.K./F.K. Zu den Schwerpunkten des European Audiovisual Observatory gehört seit acht Jahren das Thema Gender, bei dem nicht nur die Zahlen der Beschäftigten in den Kreativberufen der Film- und TV-Branche untersucht werden, sondern auch, wie hoch die Beschäftigung von Frauen in den unterschiedlichen Gewerken ist (neben Regie auch Komposition, Kamera, Schnitt etc.). Hat hier der Beratende Ausschuss auch ein Bedürfnis signalisiert, oder woher kam der Impuls?

S.N. Grundsätzlich arbeiten wir mit einer Fünfjahresstrategie, d.h., wir legen mittelfristig fest, mit welchen Themenbereichen wir uns beschäftigen wollen. Hierfür konsultieren wir den Beratenden Ausschuss und den Exekutivrat,⁶ der die mittelfristige Strategie absegnen muss. Darüber hinaus arbeiten wir mit jährlichen Aktionsplänen. Neben dem Sammeln von Informationen, die wir ohnehin abfragen, um kohärente Daten zu haben und somit arbeitsfähig zu sein, enthält so ein Aktionsplan auch weitere Themen. Es kommt vor, dass diese vom Beratenden Ausschuss vorgeschlagen werden, aber wir diskutieren auch viel mit unseren Netzwerken und machen dann einen Vorschlag, den wir dem Exekutivrat vorlegen.

⁶ Dem Exekutivrat gehören 40 Länder sowie die EU an. Er ist das wichtigste Leitungsgremium der EAO.

M.K. Letztendlich entscheidet der Exekutivrat, der aber in der Regel unseren Vorschlägen folgt. Unsere Vorschläge basieren einerseits auf dem, was funktioniert, was etabliert ist und wonach eine Nachfrage besteht, und andererseits auf der Diskussion mit dem Beratenden Ausschuss und dem gesamten Netzwerk. Wenn wir merken, dass bestimmte Themen virulent sind, dann suchen wir aktiv den Austausch, wodurch unsere Schwerpunkte relativ organisch entstehen.

J.K./F.K. Und wie kam es zum Thema Gendergerechtigkeit, das ja politisch durchaus aufgeladen ist? In den Studien sieht man ja beispielsweise auch die Unterschiede zwischen Ländern mit einer aktiven Förderungspolitik wie Schweden im Vergleich zu anderen.

M.K. Beim Thema Gender haben beispielsweise tatsächlich ein oder zwei Mitglieder aus dem Beratenden Ausschuss Interesse bekundet und wir haben das dann aufgegriffen und dem Exekutivrat vorgeschlagen. Damals hatten wir die Regisseure in unserer Datenbank nicht mit Geschlecht erfasst, und es war eine sehr aufwändige Arbeit, den Regisseuren das – hoffentlich – korrekte Geschlecht zuzuordnen.

S.N. Und um ein Beispiel aus der jüngeren Geschichte zu nennen: Martin hatte vor drei, vier Jahren die Idee, dass wir uns langsam mal mit Umweltschutz beschäftigen sollten. Wir hatten das Thema also schon im Kopf, als 2021 von unserer – jährlich rotierenden und damals britischen – Präsidentschaft der Wunsch kam, *sustainability* zum Thema unserer Jahreskonferenz zu machen.⁷ Wir haben das dann weiterentwickelt, haben überlegt, was strukturell überhaupt vorstellbar ist, und in diesem Bereich dann auch für die Europäische Kommission gearbeitet.

J.K./F.K. Zum Thema *sustainability* ist es ja schwierig, Daten zu bekommen, weil diese nicht überall erhoben werden. In Großbritannien misst man schon länger den CO₂-Fußabdruck von Filmproduktionen, in Deutschland wird das seit Kurzem auch gemacht, aber in anderen Ländern gibt es dazu noch keine Auflagen. Machen Sie Vorschläge, dass die nationalen Filminstitute systematisch Daten erheben?

M.K. Nein, wir machen keine Vorschläge im Sinne von «Ihr solltet dies und jenes machen». Aber wir fragen nach – im konkreten Fall z. B., ob die Filminstitute eine *sustainability*-Strategie haben; wenn ja, ob sie diese mit uns teilen können, und wenn nicht, ob *sustainability* ein Thema ist, an dem sie in den nächsten ein bis zwei Jahren zu arbeiten gedenken; welche Daten sie dazu erheben und zu welchem Zweck. Wir beschränken uns auf das Nachfragen und sehen uns nicht in der Rolle, anderen Organisationen zu sagen, mit welchen Themen sie sich beschäftigen sollen. Beim Thema *sustainability* nahm das Interesse aber rasch zu, und inzwischen steht es auf der Agenda jedes Filminstituts. Da bedarf es unseres Ratschlags auch überhaupt nicht. Wir sind da – zumindest mit der

⁷ Vgl. European Audiovisual Observatory: Green cinema conference – Boosting sustainable film through international collaboration, YouTube, 17.6.2021, youtu.be/_85jiw5Fts8 (31.5.2023).

Datensammlung – eher hintendran, denn vorher müssen diese ja durch jemand anderes erhoben werden. Wir haben nicht die Ressourcen, um eigene Daten auf Projektbasis zu sammeln.

J.K./F.K. Beim Thema *sustainability* wäre es aber doch sehr sinnvoll, wenn eine Organisation wie das EAO definieren würde, welche Daten erhoben werden. So sind verschiedenen CO₂-Rechner im Umlauf, die ganz unterschiedliche Daten liefern. Einige Länder wie Großbritannien oder Deutschland haben ihre eigenen Rechner entwickelt.

M.K. Das liegt an den verschiedenen Stakeholdern und daran, was diese für sinnvoll erachten. Was die CO₂-Rechner anbelangt, gibt es seitens der Kommission Bemühungen um eine Harmonisierung. Die Kommission hat ja viel größeres Gewicht als wir! Wir müssen aber noch abwarten, inwieweit diese Diskussionen zu einer Harmonisierung der Berechnungsmethodik führen und inwieweit dies mit den Geschäftsmodellen der einzelnen CO₂-Rechner vereinbar ist.⁸

Wir haben eine *feasibility study* gemacht, um zu schauen, wer welche Daten mit welcher Methodologie sammelt, und durch dieses Nachfragen ein gewisses Bewusstsein geschaffen, welchen Wert es hätte, wenn Dinge frühzeitig harmonisiert würden. Außerdem machen wir dieses Jahr ein Pilotprojekt, in dem wir versuchen, die Daten von den CO₂-Rechnern und von den *green labels* zu bekommen. Wir haben Fragebögen verschickt und werden sehen, was zurückkommt und ob man mit diesen Daten arbeiten kann. Es bewegt sich im Moment so viel bei den Filmindustrien, in Deutschland ist die CO₂-Kalkulation seit diesem Jahr obligatorisch, in Frankreich glaube ich ab nächstem Jahr. Damit gehen viele Reporting-Verpflichtungen einher, es werden Daten und Standards kommen. Das entwickelt sich gerade erst. Was dabei idealerweise sinnvoll wäre und was hingegen in der Praxis geschieht, ist aber nicht notwendigerweise identisch.

Wobei zu sagen ist, dass wir selbst keine Expertise in Sachen *sustainability* haben. Unsere Expertise liegt im Sammeln paneuropäischer Daten, in einer gewissen Harmonisierung, um die Vergleichbarkeit in einem pragmatischen Rahmen zu gewährleisten. Aber wir wissen nicht, wie die richtige *carbon footprint calculation* aussieht oder was die *best practices* sind. Das machen andere und wir versuchen nicht, uns zu diesem Thema als Daten-Hub zu positionieren.

J.K./F.K. Das Datensammeln ist ja nie neutral. Setzen Sie mit Ihrer Nachfrage nicht doch auch Veränderungen in Gang?

S.N. Das kann schon passieren. Aber letztendlich erheben wir ja nur Daten, und die Leute reagieren drauf, je nachdem ob ihnen die Informationen nützen oder nicht. Aufgrund unserer Objektivität muss uns das allerdings egal sein. Ob wir wirklich etwas in Gang setzen, das weiß ich nicht.

M.K. Beim Thema der Gendergerechtigkeit habe ich tatsächlich den Eindruck, dass plötzlich etwas in Bewegung geraten ist. Wir haben nur ganz einfache

⁸ Mehrere Länder haben inzwischen ihre eigenen CO₂-Rechner entwickelt, um den Fußabdruck der nationalen Filmproduktionen zu messen. Ein gemeinsamer europäischer Rechner wird häufig mit dem Argument abgelehnt, dass die Voraussetzungen in den einzelnen Ländern sehr unterschiedlich seien und sich dies in den Rechnern widerspiegeln müsse.

Zahlen recherchiert, nämlich welche Filme von weiblichen Regisseur*innen hergestellt worden sind. Ganz simple Zahlen, die eigentlich nichts erklären und deren Prozentsatz sich auch kaum verändert hat. Aber diese Zahl bietet die Möglichkeit, Bewusstsein zu schaffen. Das Thema ist dann explodiert, es hat politische Bedeutung bekommen und ist von vielen Agenturen aufgegriffen worden. Es gibt inzwischen viel detailliertere Studien, die auf die Gründe der Genderungleichheit im audiovisuellen Sektor abzielen und das Umfeld und weitere Faktoren miteinbeziehen, was wir gar nicht können. Ich kann es nicht beweisen, aber ich habe den Eindruck, dass das Thema Gender, das lange nur marginal interessiert hat, aufgrund der Verfügbarkeit von – wenn auch nur wenigen – Zahlen auf einmal Dynamik entwickelt hat. Vielleicht war unsere Datensammlung tatsächlich ein Anstoß, der zu dieser Entwicklung mit beigetragen hat.
