



22. Juni 2020

Zusatzbericht WBK-N Filmgesetzrevision

Regelungen zur Filmförderung für TV Veranstalter und Online Plattformen in der Schweiz und im europäischen Vergleich

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	3
2	Investitionspflichten und Auflagen im TV und Onlinebereich.....	3
2.1	Situation in Europa.....	3
	A. Regelungen und Auflagen für Online Plattformen in Europa	3
	B. Regelungen und Auflagen für TV Veranstalter in Europa	8
	C. Die Schweizer Lösung im europäischen Vergleich	10
2.2	Auswirkungen auf die Schweizer TV Landschaft.....	10
	A. Situation heute	10
	B. Auswirkungen auf die regionalen und sprachregionalen Veranstalter.....	11
	C. Welche Veranstalter wären davon neu betroffen?	12
2.3	Auswirkungen auf Onlineplattformen im In- und Ausland	12
	A. Situation heute	12
	B. Übersicht Online Plattformen.....	12
	C. Welche Plattformen wären davon betroffen?.....	13
3	Schlussfolgerungen	13
4	Anhänge	15

1 Ausgangslage

Die Schweiz kennt heute eine Investitionspflicht von 4% der jährlichen Bruttoeinnahmen für nationale und sprachregionale TV Veranstalter (Art. 7 Abs. 2 RTVG) sowie eine 50% Quote für schweizerische bzw. europäische Werke (Art. 7 Abs. 1 lit.a RTVG).

Der Bundesrat schlägt im Rahmen der Kulturbotschaft 2021-2024 Anpassungen des Filmgesetzes vor. Diese Anpassungen sehen vor, dass neben den TV Veranstaltern (einschliesslich ausländische Werbefenster) neu auch Plattformen, welche Filme Online anbieten, einen Teil (4%) ihres in der Schweiz erzielten Umsatzes in das Schweizer Filmschaffen investieren müssen (Art. 24b Entwurf Filmgesetz, E-FiG).

Weiter sieht der Gesetzesentwurf in Art. 24a E-FiG vor, die für TV Veranstalter bereits im RTVG geltenden Mindestquoten für europäische Werke von 50% auf Online Plattformen auszudehnen. Der Entwurf sieht für diese Plattformen aber eine Mindestquote von 30% vor, die auch dem Minimalstandard der Europäischen Richtlinie über die audiovisuellen Mediendienste der EU entspricht (AVMD).

Der vorliegende Zusatzbericht hat zum Ziel, die an der Sitzung der WBK-N vom vergangenen 25. Mai gestellten Fragen der Nationalräte Kutter und Aebischer zu beantworten.

Als Quelle dient im Wesentlichen ein im Jahr 2019 publizierter Bericht des europäischen audiovisuellen Observatoriums des Europarats. Dieser Bericht fasst die aktuelle Rechtslage in allen Staaten der Europäischen Union sowie des Europarats, darunter die Schweiz, zusammen. Zusätzliche Angaben zu den aktuellsten Entwicklungen in diesem Jahr wurden von der Vereinigung der europäischen Filmförderungsstellen, wo auch die Schweiz Mitglied ist, zusammengestellt und dem BAK zur Information Ende Mai 2020 zur Verfügung gestellt¹.

Das BAK hat gestützt auf die bereits seit 2017 bestehende Meldepflicht von Onlineplattformen eine Übersicht erstellt, welche Plattformen unter die vorgeschlagenen Auflagen fallen könnten. Die Angaben zu den TV Veranstaltern stammen vom Bundesamt für Kommunikation (BAKOM).

2 Investitionspflichten und Auflagen im TV und Onlinebereich

2.1 Situation in Europa

A. Regelungen und Auflagen für Online Plattformen in Europa

Die nachfolgenden Grafiken zeigen die Übersicht über die 2019 geltenden Regelungen und Auflagen für Online Plattformen zur Berücksichtigung des europäischen Filmschaffens.

Diese Regelungen betreffen drei Bereiche, die im Entwurf des Filmgesetzes enthalten sind:

- Mindestquoten für europäische Werke (Art. 24a E-FiG)
- Herausstellung (Promotion) von europäischen Filmen (Art. 24a E-FiG)
- Investitionsverpflichtungen bzw. Abgaben in das Filmschaffen (Art. 24b E-FiG)

¹ Mapping of national rules for the promotion of European works in Europe European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2019 ISBN 978-92-871-8934-9. Verfügbar unter : https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/9iKCxBYgiO6S/content/mapping-of-national-rules-for-the-promotion-of-european-works-in-europe

Mindestquoten für europäische Werke

Die AVMD Richtlinie² der EU, die im November 2018 verabschiedet wurde, verlangt nach Ende der Umsetzungsfrist ab Ende September 2020 von allen EU Mitgliedstaaten, dass sie Online-Plattformen vorschreiben, mindestens 30% ihres Filmangebots europäischen Werken vorzubehalten. In einigen Ländern gelten heute noch tiefere Quoten, die ebenfalls per Ende September 2020 auf 30% erhöht werden müssen. Der Gesetzesentwurf zum Schweizer Filmgesetz stellt auf diesen Minimalstandard von 30% ab. Die Berechnung der Anteile basiert in den meisten Ländern auf der Anzahl Titel.

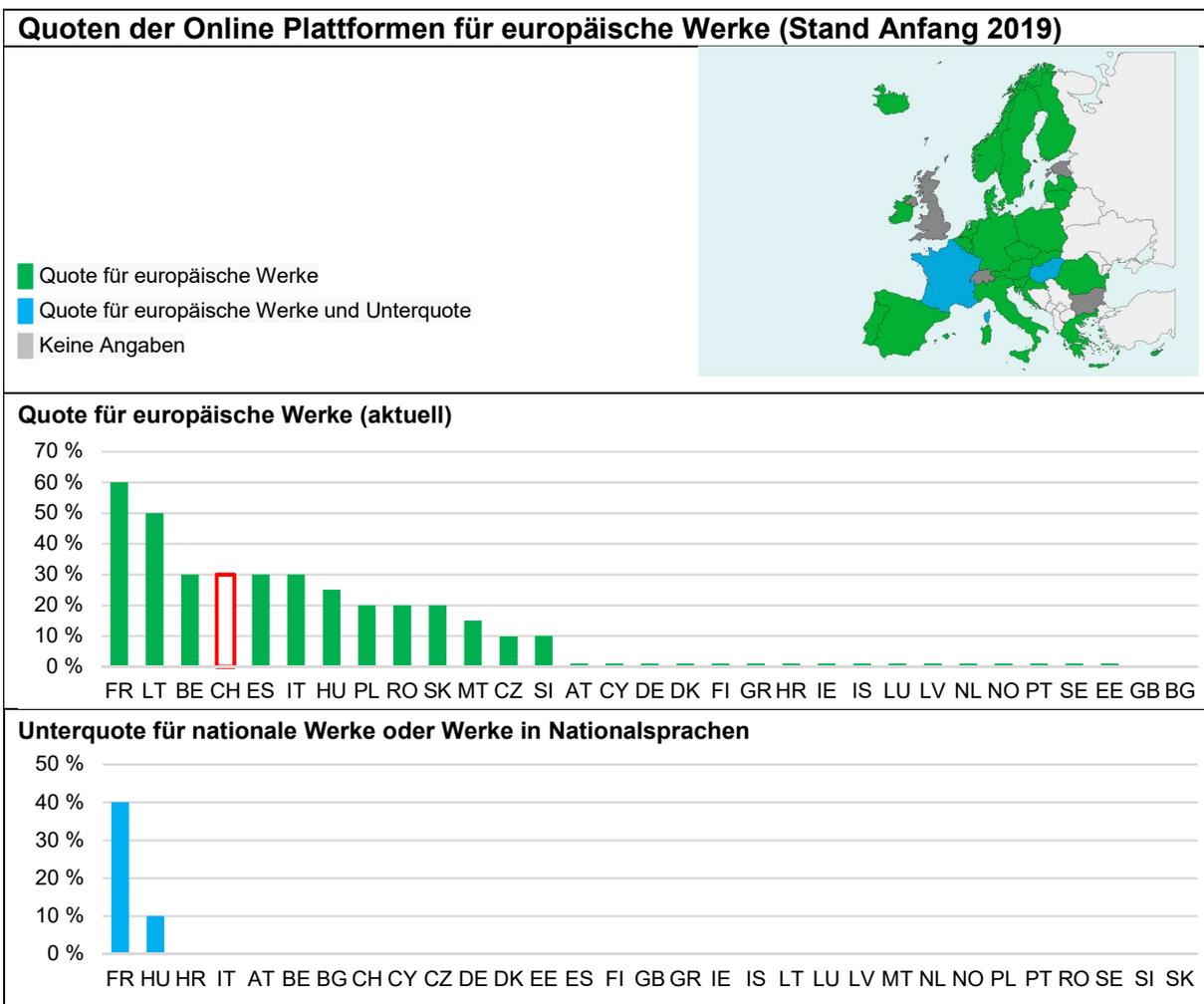


Tabelle 1: Europäische Quoten 2019 vor Einführung der AVMD Richtlinie (30% Mindestquote ab 2021)

Anfang 2019 hatten die meisten der Länder eine gesetzliche Grundlage dafür geschaffen oder bereits eine Quote eingeführt. Ein Teil davon kennen bereits eine Quote von 30%. Einige haben eine Quote darüber. Einige Länder wie Frankreich und Litauen kennen Quoten von 50% oder mehr. Frankreich und Ungarn kennen zusätzlich eine Unterquote für Werke in der Nationalsprache zwischen 10% und 40%. Ab 2021 gilt somit für alle EU Mitgliedstaaten eine Mindestquote von 30%.

Herausstellung (Promotion) von europäischen Filmen

Ein Drittel der Länder hat 2019 die AVMD Richtlinie bereits derart umgesetzt, dass europäische Werke auf den Online Plattformen prominent darzustellen sind. Die Herausstellung wird

² RICHTLINIE (EU) 2018/1808 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten

umgesetzt, indem die Anbieter dafür sorgen, europäische Werke so zu platzieren, dass sie leicht auffindbar sind.

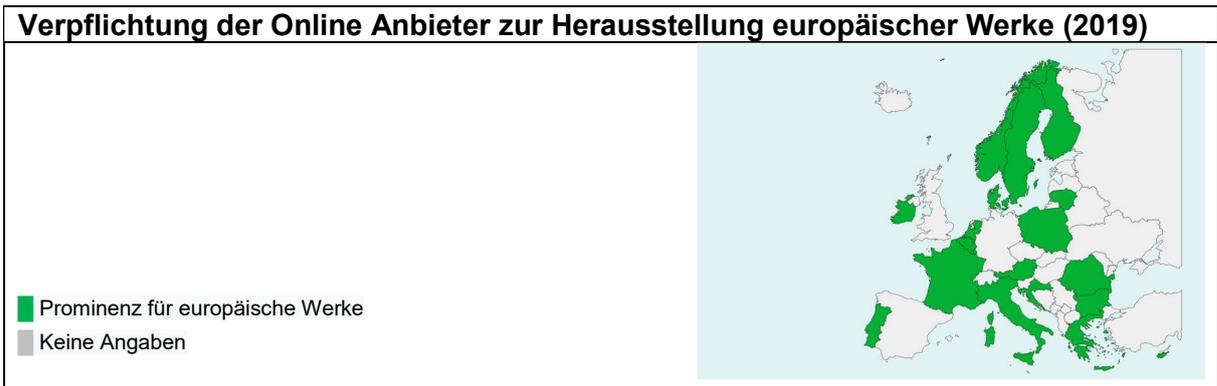


Tabelle 2: Anteil von Ländern, die bereits 2019 die Herausstellung von europäischen Werken auf Onlineplattformen geregelt haben.

Investitionsverpflichtungen bzw. Abgaben in das Filmschaffen

Bereits heute werden Online Plattformen in verschiedenen Ländern verpflichtet, einen Teil ihres Umsatzes in das nationale oder europäische Filmschaffen zu investieren. Entweder erfolgen diese über direkte Investitionen in die Herstellung von Filmen oder über Abgaben, die an die jeweiligen Filmförderungsinstitutionen zu entrichten sind.

Rund die Hälfte der europäischen Länder kennen **Investitionspflichten**. Einzelne kennen eine Investitionspflicht zwischen 1% und 22% für nationale Kinofilme bzw. Filme in der Landessprache. Dazu gehören Belgien (2.2%), Dänemark (2%), Frankreich (12%-22%), Griechenland (1.5%), Italien (10%), Portugal (1%), Spanien (5%), Tschechische Republik (1%).

Länder wie Frankreich (15%-26%)³, Italien (20%) und Slowenien (1%) kennen auch Investitionspflichten zwischen 1% und 26% für europäische Kinofilme. Elf Länder kennen eine allgemein formulierte Investitionspflicht ohne konkrete Prozentzahl. Die jeweiligen Ansätze werden individuell ausgehandelt.

Direkte Abgaben, welche an die Filmförderung zu entrichten sind, kennen unter anderen das frankophone Belgien (2.2%), Deutschland (2.5%), Frankreich (5.15%)⁴, Kroatien (2%), Rumänien (3%), Slowakei (0.5%) und Tschechische Republik (0.5%). Die Bandbreite dieser Abgaben liegen zwischen 0.5% und 3%⁵. Die meisten dieser Länder erheben die Abgabe zusätzlich zur Investitionspflicht.

³ 15% bei Plattformen, die Filme einzeln verkaufen, 26% bei Plattformen, die Abonnemente anbieten.

⁴ Ab 1. Januar 2020 in Frankreich als Einheitssatz eingeführt: http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b2272_projet-loi#_Toc20502892

⁵ In Belgien gilt die Abgabe nur, wenn die Investitionspflicht nicht eingehalten wird. In Deutschland sind Dienste mit weniger als 500 000 Euro von der Abgabe befreit. Bis 20 Millionen Euro Umsatz beträgt die Abgabe 1.8%, darüber 2.5%. In Frankreich sind auch Dienste, die Videos gratis anbieten (z.B. Youtube) der Abgabe unterstellt, allerdings mit einem Rabatt von 66% und einer Mindestschwelle von 100 000 Euro Umsatz.

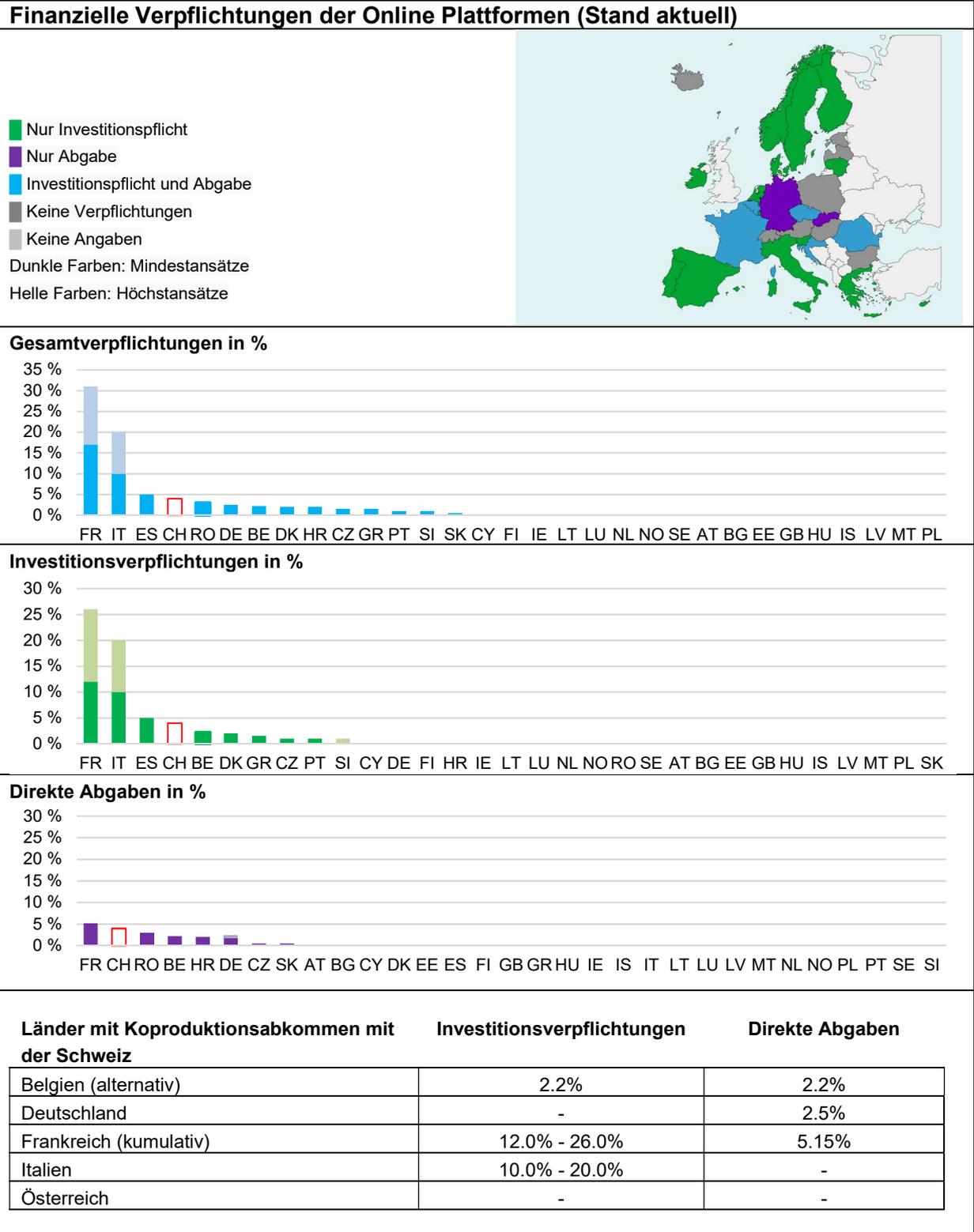


Tabelle 3: Investitionsregelungen nach Ländern (Gesamt / Investitionsverpflichtungen / Direkte Abgaben)

Laufende Entwicklungen in Europa für Online Plattformen (2020)⁶:

Verschiedene Länder planen die Einführung bzw. die Anpassung ihrer Investitionsregeln. Die Niederlande plant beispielsweise die Einführung einer Investitionspflicht bei Online Plattformen von 3% (auf Umsätzen aus dem Einzelverkauf von Filmen wie bei iTunes) bis 6% (auf Umsätzen von Abonnementsdiensten wie Netflix). Dänemark plant die Einführung einer Investitionspflicht von 2% in dänischsprachige Inhalte.

In folgenden Ländern ist zusätzlich zur Investitionspflicht die Einführung bzw. Anpassung von direkten Abgaben nach Umsatz geplant: Belgien flämischer Teil (3 Millionen pro Jahr pauschal oder 1.3 Euro pro Abonnent), Frankreich (Erhöhung auf 5.15%) und Portugal (4%).



Tabelle 4: Aktuell laufende Anpassungen Online Plattformen (exkl. Schweiz)

⁶ Informationen, die im Frühling von der EFAD (European Film Agency Directors association) in den einzelnen Mitgliedstaaten gesammelt worden sind. Die Schweiz ist Mitglied dieses Vereins, der aus EU und Europaratsländern besteht.

B. Regelungen und Auflagen für TV Veranstalter in Europa

Quotenregelungen

Europaweit gelten bereits entsprechende Regelungen und Auflagen für TV Veranstalter. Die Quote für europäische Werke liegt hier bei 50% europäischen Werken. Frankreich, Italien, Kroatien und Ungarn kennen zudem Unterquoten für nationale Werke oder Werke in der Nationalsprache zwischen 20% und 40%. Teilweise liegen die Unterquoten für den Service Public höher (zwischen 28% und 50%).

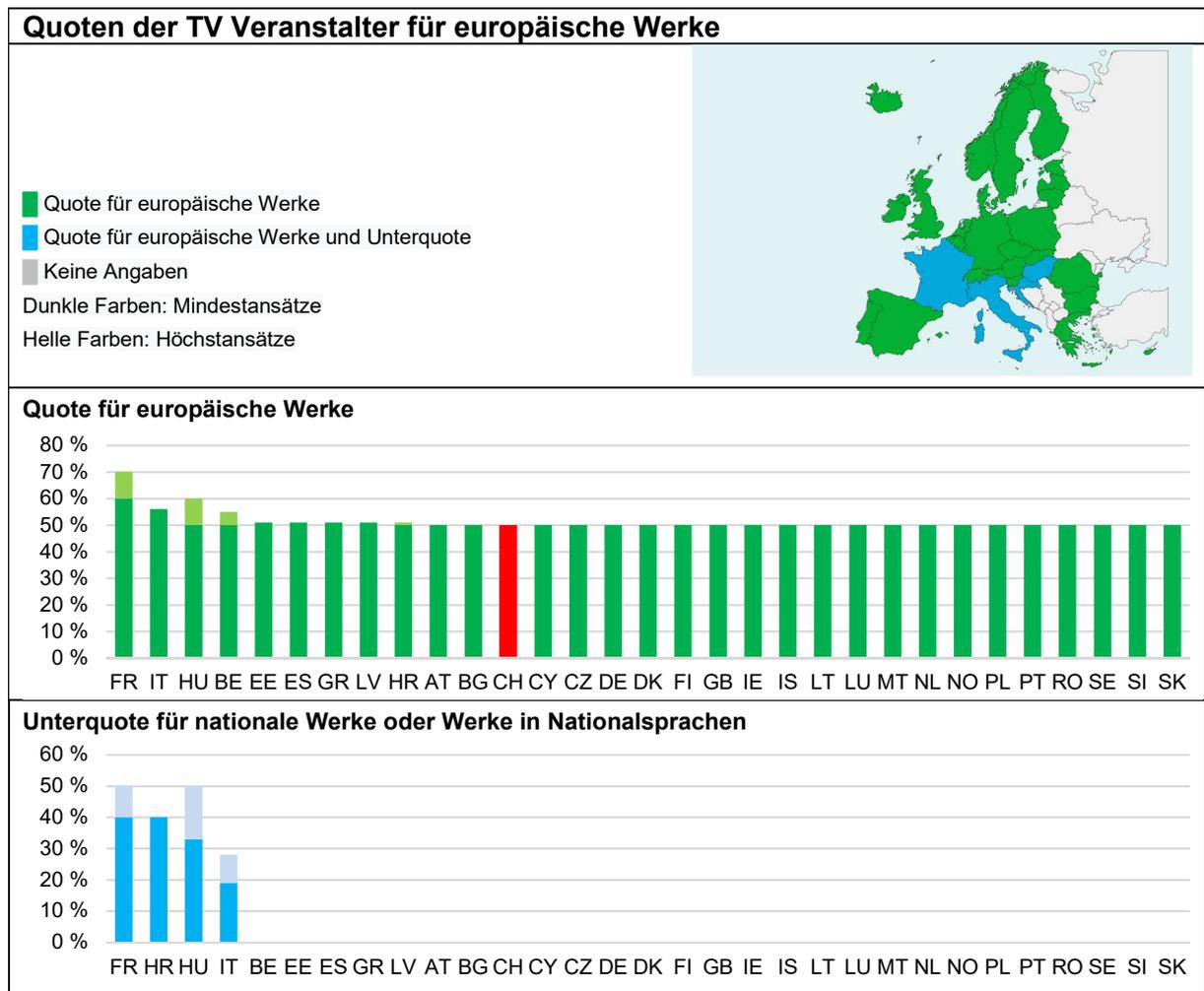


Tabelle 5: Quoten für TV Veranstalter in Europa

Investitionsverpflichtungen

Die meisten Länder in Europa kennen für die TV Veranstalter finanzielle Verpflichtungen zur Berücksichtigung des einheimischen bzw. des europäischen Filmschaffens. Hier bestehen verschiedene Systeme (Investitionspflicht, Abgabe oder Mischformen).

Drei Viertel der Länder kennt die Investitionspflicht. Die meisten Länder haben eine Investitionspflicht für europäische Kinofilme zwischen 3.2% und 19%. Frankreich hat zusätzlich eine Investitionspflicht für audiovisuelle Produktionen (TV Produktionen) von 15%. Frankreich, Belgien, Italien, Portugal, Spanien, Griechenland und die Schweiz (4%) haben Investitionspflichten in nationale Filme zwischen 0.75% und 5%.

Belgien, Deutschland, Estland, Irland, die Niederlande und die Schweiz kennen verhandelte Investitionsmodelle für die Veranstalter des Service Public.

Abgaben oder Ersatzabgaben kennen rund ein Drittel der Länder (Belgien, Deutschland, Frankreich, Kroatien, Österreich, Polen, Rumänien, Schweiz Slowakei und Ungarn) zwischen 0.8% und 5.15% für private und 2% und 11% für öffentliche Veranstalter.

In sechs Ländern (darunter der Schweiz) gelten die Investitionspflichten alternativ zu den Abgaben.

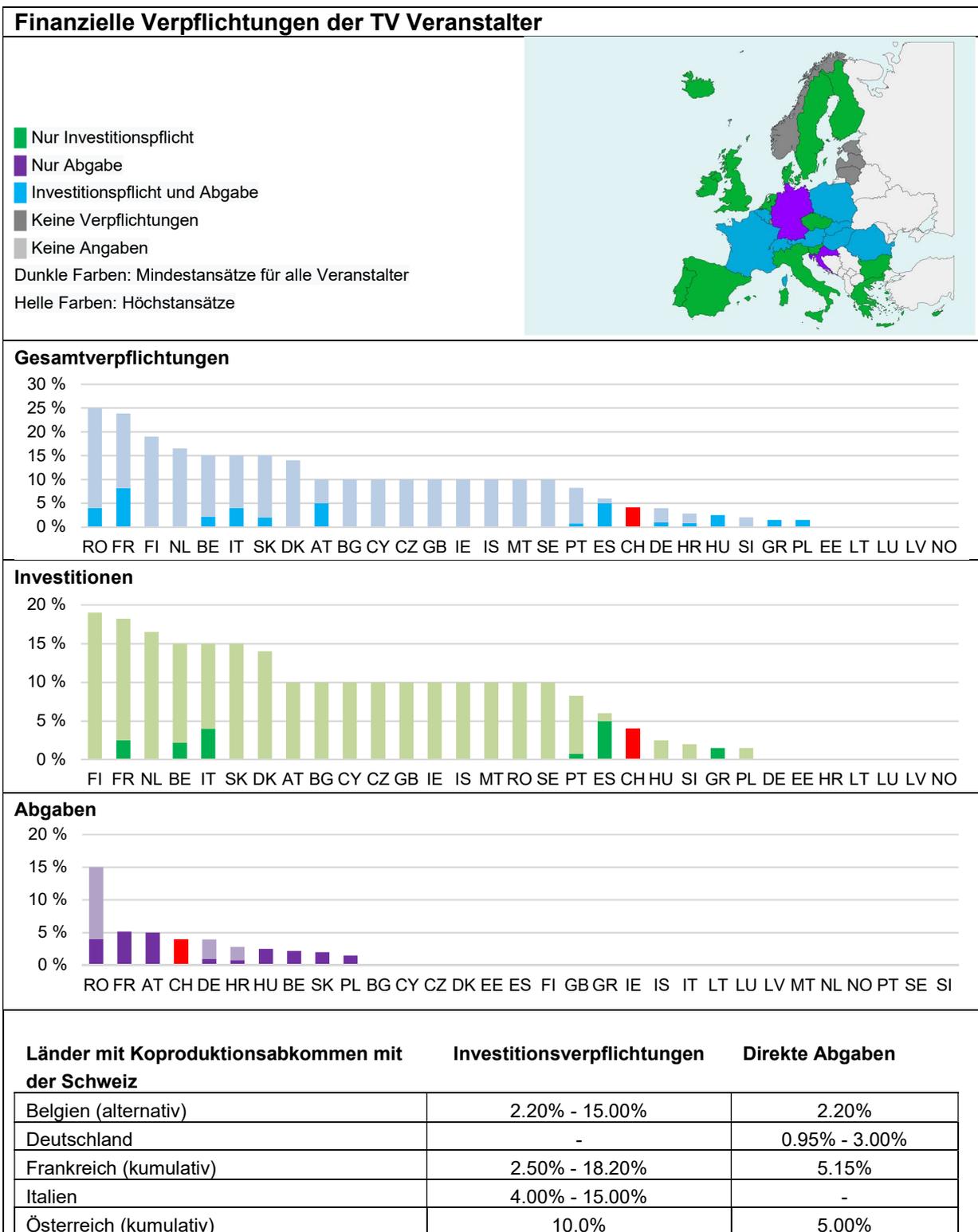


Tabelle 6: Investitionsregelungen nach Ländern (Gesamt / Investitionsverpflichtungen / Direkte Abgaben)

C. Die Schweizer Lösung im europäischen Vergleich

Die Schweizer Lösung steht im europäischen Vergleich in den Bereichen TV und Online Plattformen im europäischen Mittelfeld.

Quote von europäischen Filmen (Art. 24a E-FiG):

Online Plattformen: Die Schweizer Lösung erfüllt mit 30% Anteil an europäischen Werken den europäischen Minimalstandard. Die Erfüllung dieser Quote sollte keine Probleme bereiten, weil diese auch EU-weit umgesetzt wird und die Schweiz als mehrsprachiges Land über ein vielfältigeres Angebot verfügt als andere Länder.

TV Veranstalter: Die Quote von 50%, die bereits heute im Radio und Fernsehgesetz (RTVG) besteht, ist in Europa nahezu überall gleich und hat bisher keine Probleme bei deren Erfüllung bereitet. Bei Schweizer TV Veranstaltern, die bereits dieser TV Quote unterworfen sind, dürfte die Erfüllung der neuen 30% Quote bei ihren Online Aktivitäten (14 Tage Catch-up, also Online eine Wiederausstrahlung des Programms während 14 Tagen) keine zusätzlichen Schwierigkeiten bereiten (da in der Praxis ohnehin z.T. bereits erfüllt).

Investitionsverpflichtungen (Art. 24 b E-FiG):

Online Plattformen: Die im Filmgesetz präsentierte Lösung erscheint im europäischen Vergleich nicht unverhältnismässig. Insbesondere die für die Schweiz wichtigen grossen Märkte wie Frankreich, Deutschland und Italien liegen bei den Investitionsverpflichtungen zum Teil deutlich über dem in der Schweiz vorgeschlagenen Ansatz von 4%. In Deutschland liegt der Ansatz bei maximal 2.5% zwar tiefer, aber es handelt sich hier um eine direkte Abgabe an die Filmförderinstitution.

Die Schweizer Lösung ist zudem so ausgestattet, dass die Unternehmen in eine breite Palette von Formaten investieren können, wie Kinofilme, fiktionale Serien oder Koproduktionen. Sie können aber auch bereits vorbestehende Werke ankaufen und dies an ihre Investitionsvolumen anrechnen lassen.

TV Veranstalter: Der Ansatz von 4% ist in der Schweiz bereits heute im RTVG festgelegt. Wie in Europa werden umsatzschwache Veranstalter oder Plattformen bzw. Unternehmen, die keine oder nur wenig Filme anbieten, auch in Europa regelmässig von diesen Pflichten ausgenommen.

2.2 Auswirkungen auf die Schweizer TV Landschaft

A. Situation heute

Private Fernsehveranstalter

Private sprachregionale Fernsehveranstalter sind in der Schweiz bereits heute nach RTVG verpflichtet (Art. 7 Abs. 2 RTVG), 4% der Bruttoneinnahmen in das Schweizer Filmschaffen zu investieren, wenn sie Filme ausstrahlen und über einen Mindestaufwand von 1 Million verfügen.

Insgesamt sind in der Schweiz über private 120 TV Veranstalter beim BAKOM gemeldet. Davon erzielen rund 20 Veranstalter einen Umsatz von mehr als 1 Million Franken. Von diesen zeigen 8 sprachregionale Veranstalter Filme, die im letzten abgeschlossenen Berichtsjahr 2018 gemäss BAKOM⁷ Investitionen in das Schweizer Filmschaffen von insgesamt 6 Millionen Franken leisteten. Davon entfielen 3.9 Millionen Franken auf Gratiswerbeleistungen. 2.1 Millionen wurden direkt in den Ankauf sowie in die Produktion von Schweizer Filmen investiert. Es

⁷ Filmförderungspflichtige Veranstalter: 3+ Gruppe (CH-MEDIA AG), Presse TV (NZZ), ProSieben / Puls8, Sat.1, Star TV, S1, Teleclub, AZ Medien (TV 24/25).

wurden daher keine Ersatzabgaben vom BAKOM verfügt.

Künftig sollen Werbeleistungen zu Gunsten des Schweizer Filmschaffens nicht mehr anrechenbar sein, weil die in den vergangenen Jahren geleisteten Werbungen keinen ökonomischen Kriterien folgten (unverhältnismässig hohe Werbeaufwände mit geringem Impact).

Regionalfernsehen mit Veranstalterkonzession

Neben diesen Veranstaltern bestehen in der Schweiz 13 regionale Fernsehveranstalter, die über eine Konzession einen Anteil an der Medienabgabe erhalten⁸. Der Bruttoumsatz liegt bei diesen Veranstaltern zwischen 2.8 und 8 Millionen Franken (Schnitt 5.3 Millionen Franken).

Der Anteil an dieser Medienabgabe liegt im Schnitt bei 3.3 Millionen Franken. 10 der 13 Veranstalter erreichten einen Nettoumsatz von mehr als zwei Millionen Franken. Die Konzessionen enthalten im Programmauftrag keine Pflicht oder ein Verbot auf die Ausstrahlung von Filmen.

Ausländische Fernsehveranstalter

Das Werbevolumen von ausländischen privaten Fernsehveranstaltern mit Werbefenstern betrug gemäss Angaben des BAKOM für das Jahr 2019 rund 312 Millionen Franken⁹. Von diesen Werbefenstern leisten bisher nur die Fenster mit einem Schweizer Programmanteil Investitionen in das Schweizer Filmschaffen (in den 6 Millionen Franken inbegriffen, vgl. Investitionsvolumen oben)¹⁰.

SRG

Die SRG finanziert das Schweizer Filmschaffen mit etwas über 50 Millionen Franken pro Jahr. Diese Summe beinhaltet einerseits die Leistungen, welche über den «Pacte de l'audiovisuel» an das unabhängige Filmschaffen geleistet werden (rund 32 Millionen)¹¹. Den Rest leistet die SRG in das Filmschaffen im Bereich von Auftragsproduktionen und technischen Leistungen. Für die gebührenfinanzierte SRG SSR gelten die Verpflichtungen des RTVG (Art. 25 Abs. 3 lit. RTVG) und der Konzession (Art. 26, 27 SRG Konzession).

B. Auswirkungen auf die regionalen und sprachregionalen Veranstalter

Auf die regionalen und sprachregionalen TV Veranstalter wird sich diese Revision des Filmgesetzes mit Ausnahme der Aufhebung der Gratiswerbung als anrechenbare Leistung an die Filmförderung nicht auswirken.

Sprachregionale TV Veranstalter, welche bisher mehrheitlich Gratiswerbung anrechnen liessen, sollen künftig diese Leistungen in das Filmschaffen investieren über Ankäufe, Koproduktionen, usw. Dies betrifft 1-2 Veranstalter, die bisher nur Gratiswerbung anrechnen liessen.

Regionale Veranstalter sind von dieser Revision nicht betroffen, weil sie keine Filme zeigen.

Im Fokus des Revisionsvorschlags zum Filmgesetz steht in erster Linie die Erweiterung des Regelungsbereiches auf in- und ausländische Online Plattformen und Werbefenster nicht die zusätzliche Belastung von kleinen Unternehmen, welche auch bisher keine solchen Verpflichtungen zu tragen hatten.

⁸ Quelle: Auswertung des RTV-Datenbank des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM <https://rtvdb.ofcom-net.ch/de/>): Canal 9, Canal Alpha, la télé, Léman bleu, Tele 1, Tele Bärn, Tele Basel, Tele Bilingue, Tele M1, Tele Ostschweiz, Tele Ticino, Tele Top, TV Südostschweiz.

⁹ TF1, M6, RTL9, Pro 7, Sat 1, RTL, usw..

¹⁰ RTL/Pro 7, Sat 1

¹¹ Der Pacte de l'audiovisuel regelt die Filmförderungsverpflichtung der SRG mit der Schweizer Filmbranche.

C. Welche Veranstalter wären davon neu betroffen?

Das in dieser Frage zuständige und konsultierte Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) erachtet aufgrund der vorgesehenen Kriterien (mindestens 12 Filme, Erhöhung des Mindestumsatzes von 1 Millionen auf 2 Millionen Franken Umsatz, Reichweite) keine weiteren privaten Schweizer Fernsehveranstalter als betroffen. Aufgrund der Erhöhung des Mindestumsatzes auf 2 Millionen ist davon aktuell davon auszugehen, dass sogar zwei aktuelle sprachregionale Veranstalter mit einem Filmangebot aus der Pflicht fallen werden. Die neu in den Markt eintretenden Veranstalter wie zum Beispiel Blick TV oder CNN Money zeigen bisher keine Filme und wären entsprechend nicht förderpflichtig.

Die neu vom Gesetz erfassten Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag und Teilfinanzierung über die Medienabgabe zeigen keine Filme. Sollten diese künftig Filme zeigen, werden die Subventionen des Bundes (BAKOM) zur Erfüllung des Leistungsauftrags vom Gesamtumsatz abgezogen und daraus die Höhe der Investitionspflicht berechnet.

Neben diesen Veranstaltern schalten ausländische TV Veranstalter in der Schweiz auch gezielte Werbefenster. Dieses Werbevolumen konnte bisher nicht in die Filmförderung angerechnet werden, weil das Herkunftslandprinzip der EU galt (Recht des Sendestaats). Die neue AVMD Richtlinie der EU schränkt dieses Prinzip ein. Das heisst, dass Werbegelder aus solchen Werbefenstern künftig auch unter die Schweizer Filmförderungspflicht fallen können und nicht mehr ins Ausland abfliessen¹². Der im Ausland zu leistende Beitrag von den betroffenen Unternehmen an die dortige Filmförderung wird so reduziert und soll dem Schweizer Filmschaffen zu Gute kommen.

2.3 Auswirkungen auf Onlineplattformen im In- und Ausland

A. Situation heute

In der Schweiz besteht seit 2017 eine gesetzliche Meldepflicht für Unternehmen, welche Filme über elektronische Kanäle anbieten. Diese Pflicht gilt für Unternehmen mit Sitz im In- und Ausland. Seit 2018 melden diese Unternehmen dem Bundesamt für Statistik die entsprechenden statistischen Angaben.

B. Übersicht Online Plattformen

Das Bundesamt für Kultur hat acht meldepflichtige Unternehmen mit Sitz in der Schweiz erfasst, welche Filme Online anbieten und die redaktionelle Verantwortung über das Filmangebot wahrnehmen¹³.

Acht **Plattformen** mit Sitz im Ausland sind beim BAK gemeldet¹⁴. Diese Plattformen melden die Abrufe seit 2017 beim Bundesamt für Statistik.

Diesen Plattformen ist gemeinsam, dass sie eine redaktionelle Verantwortung bzw. die Rechte für die Auswertung der Filme haben. Reine Plattformen, welche ein Angebot nur weiterleiten, werden nicht pflichtig bzw. beim Lieferanten an der Quelle erfasst.

¹² Dies betrifft insbesondere Werbefenster aus Frankreich (TF1, M6, RTL9, usw.), welche bisher im Gegensatz zu deutschen Werbefenstern keine Schweizer Programme, sondern nur Schweizer Werbung schalten).

¹³ Artfilm, Cinefile, Exlibris, Hollystar Homedia (Sky), Teleclub (Swisscom), Filmingo, LeKino, UPC

¹⁴ Darunter europaweit tätige Unternehmen wie Amazon, Apple, Google (einschliesslich Youtube), Netflix, Microsoft, Mubi, Pantaflix, Rakuten.

C. Welche Plattformen wären davon betroffen?

Das Bundesamt für Kultur verfügt noch nicht über die Information der entsprechenden Umsätze der Plattformen. Die Umsätze der Plattformen können erst ermittelt werden, wenn eine entsprechende Grundlage dafür besteht. Tatsächlich dürften es die grössten Anbieter aus dem Ausland sowie die Marktführer in der Schweiz betreffen. Bei ausländischen Marktführern wie zum Beispiel Netflix dürften die jährlichen Investitionsverpflichtungen nach Hochrechnungen zwischen 5 bis 7 Millionen betragen.

Betroffen sind Anbieter von Plattformen. Massgebend für die Beurteilung ist der Umsatz, der mit dem Filmangebot (Abonnemente, Verkäufe und Werbeeinnahmen) erzielt wird und nicht der Gesamtumsatz eines Unternehmens. So werden zum Beispiel Unternehmen wie Amazon, Google, Teleclub / Swisscom, UPC, usw. nur nach den Umsätzen bewertet, die diese im Zusammenhang mit dem Filmangebot erzielen und nicht nach ihren Konzernumsätzen.

Was die Frage nach der **Durchsetzbarkeit** dieser Förderpflichten, speziell bei Plattformen mit Sitz im Ausland, betrifft, liegt es im wirtschaftlichen Interesse eines jeden Unternehmens, die Gesetze der Länder zu respektieren, in denen es seine Geschäftstätigkeit ausübt. Dies gilt sowohl für im Ausland tätige Schweizer Unternehmen als auch für in der Schweiz tätige ausländische Unternehmen. Die Durchsetzung ist eine Herausforderung, die in allen internationalen Sachverhalten bzw. Rechtsverhältnissen besteht.

Das Bundesamt für Kultur hat in den letzten Jahren Erfahrungen damit gemacht. Im Jahr 2017 führte die Schweiz für Plattformen mit Sitz in der Schweiz oder im Ausland eine **Meldepflicht** für ihre statistischen Ergebnisse ein. Seither melden alle grossen internationalen Unternehmen (Amazon, Google, Netflix, Apple) ihre Betriebszahlen in der Schweiz an das Bundesamt für Statistik.

Auch das Instrument der **Amtshilfe** steht zur Verfügung. Seit 2009 gilt das Mehrwertsteuergesetz für Unternehmen mit Sitz im Ausland für elektronische Dienstleistungen an nicht mehrwertsteuerpflichtige Kunden (z.B. private Filmkonsumenten). Die von der Eidgenössischen Steuerverwaltung erhobenen Daten sollen es ermöglichen, die Höhe der obligatorischen Investitionen zu bestimmen. Die meisten grossen internationalen Unternehmen haben in der Schweiz eine Mehrwertsteuernummer (Netflix, Google, Disney usw., verfügbar unter uid.admin.ch).

Der aktuell grösste Anbieter aus dem Ausland – Netflix – hat im Juni 2020 bestätigt, solche Investitionsregeln einzuhalten. Wichtig ist für solche Anbieter aber die Möglichkeit, nicht nur in Kinofilme investieren zu können, sondern auch in fiktionale Serien, Auftragsfilme und andere Formate, die in der entsprechenden Bundesratsverordnung spezifiziert werden müssen.

3 Schlussfolgerungen

Das Hauptziel der Erweiterung bestehender Filmförderpflichten auf Online Plattformen besteht darin, den unabhängigen schweizerischen audiovisuellen Sektor im internationalen Wettbewerb zu stärken, die Gleichbehandlung mit den TV Veranstaltern sicherzustellen und die Vielfalt des Angebots zu gewährleisten.

Dies gilt speziell im Verhältnis zu Ländern, mit denen die Schweiz internationale Koproduktionsabkommen hat und die bereits solche Verpflichtungen kennen (Italien, Frankreich, Deutschland, Belgien).

Mit einer Investitionsverpflichtung könnte eine unabhängige Produktionsfirma mit Sitz in der Schweiz von den gleichen Finanzierungsvorteilen wie ihre Konkurrenten profitieren. Dies erleichtert den Aufbau internationaler Kooperationen. Entsprechende Regelungen, die bereits in

zahlreichen Ländern umgesetzt oder in Planung sind, sollen zudem ein besseres Gleichgewicht bei der Finanzierung solcher Koproduktionen schaffen.

Der vorgeschlagene Gesetzesentwurf ist so ausgestaltet, dass wirtschaftlich schwache regionale TV-Veranstalter bzw. Plattformen oder solche Unternehmen, welche keine oder nur wenig Filme zeigen, keine zusätzlichen Belastungen erfahren müssten.

Eine Anpassung dieser Regeln stellt zudem sicher, dass in der Schweiz generierte Umsätze auch dem audiovisuellen Sektor in der Schweiz zu Gute kommt und nicht ins Ausland abfließen.

Die vorgeschlagenen Bestimmungen im Filmgesetz wurden im Vergleich zu den Nachbarländern wie Frankreich, Italien bzw. Deutschland zweck- und verhältnismässig ausgestaltet.

4 Anhänge

- Mapping of national rules for the promotion of European works in Europe European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2019 ISBN 978-92-871-8934-9 (online verfügbar unter: https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/9iKCxBY-giO6S/content/mapping-of-national-rules-for-the-promotion-of-european-works-in-europe)
- Angaben - BAKOM Register der TV Veranstalter:
- Ländertabelle (ISO Codes 3166-1) in diesem Bericht:

AL	Albanien	AL
BE	Belgien	BE
BA	Bosnien und Herzegowina	BA
BG	Bulgarien	BG
DK	Dänemark	DK
DE	Deutschland	DE
EE	Estland	EE
FI	Finnland	FI
FR	Frankreich	FR
GE	Georgien	GE
GR	Griechenland	GR
IE	Irland	IE
IS	Island	IS
IT	Italien	IT
HR	Kroatien	HR
LV	Lettland	LV
LI	Liechtenstein	LI
LT	Litauen	LT
LU	Luxemburg	LU
MT	Malta	MT
ME	Montenegro	ME
NL	Niederlande	NL
MK	Nordmazedonien	MK
NO	Norwegen	NO
AT	Österreich	AT
PL	Polen	PL
PT	Portugal	PT
RO	Rumänien	RO
RU	Russland	RU
SE	Schweden	SE
CH	Schweiz	CH
RS	Serbien	RS
SK	Slowakei	SK
SI	Slowenien	SI
ES	Spanien	ES
TR	Türkei	TR
HU	Ungarn	HU
CY	Zypern	CY