

20 Prozent

Für eine nachhaltige Stärkung des audiovisuellen Schaffens im digitalen Zeitalter

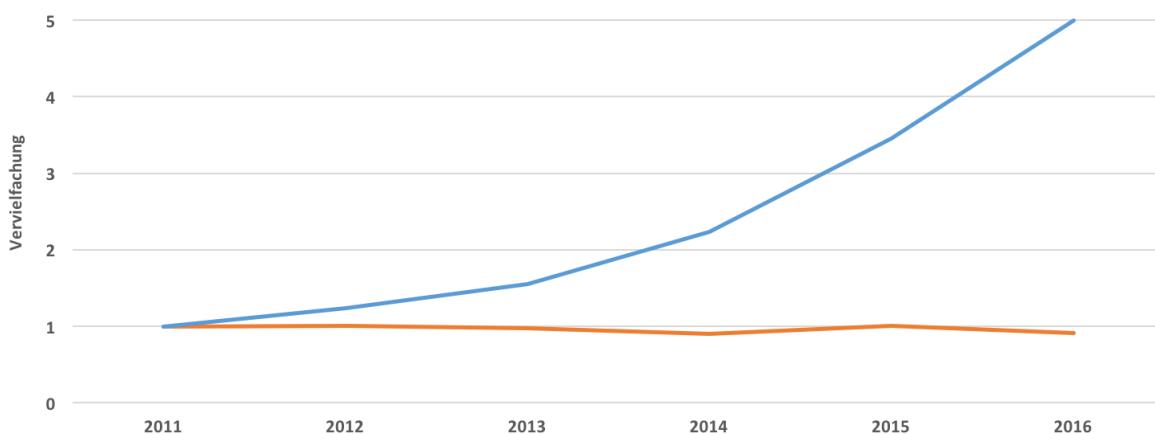
Eine Initiative von Swiss Fiction Movement, Joël Jent

1. Bestandesaufnahme

Die Gesamtheit aller Internetvideos weltweit machen schon seit dem Jahr 2014 über 64% des Internetverkehrs aus. Und Netflix belegt heute sogar 15% des gesamten Internetvolumens. Für das Jahr 2019 wird zudem ein Anstieg auf 80% prognostiziert¹. Auch in der Schweiz haben sich die Streaming-Einnahmen von 2011 auf 2016 verfünffacht, von knapp 17 auf 88 Millionen.² **Kurzum, der audiovisuelle Sektor hat sich in den letzten Jahren unaufhaltbar in die digitale Welt verschoben.** Parallel dazu hat sich die Anzahl Kinostarts von neuen Filmen in der Schweiz in den letzten zwei Jahrzehnten verdoppelt. Auch die Anzahl Filmverleihunternehmen hat sich in der Schweiz von 43 (2005) auf 96 (2015) mehr als verdoppelt³. Nichtsdestotrotz, die Gesamtzahl der verkauften Kinoeintritte pro Film haben sich halbiert.

Entwicklung der Audiovisuellen Einnahmen in der Schweiz

Physischer (orange) vs. digitaler Markt (blau)



Der digitale Filmmarkt Schweiz (blau) hat sich innerhalb von 5 Jahren von 20.3 Mio. CHF auf 99.4 Mio. CHF verfünffacht, während der physische Markt bei zirka 180 Mio. CHF stehengeblieben ist (orange).

Quellen: BFS, statista.com

¹ Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2016–2021

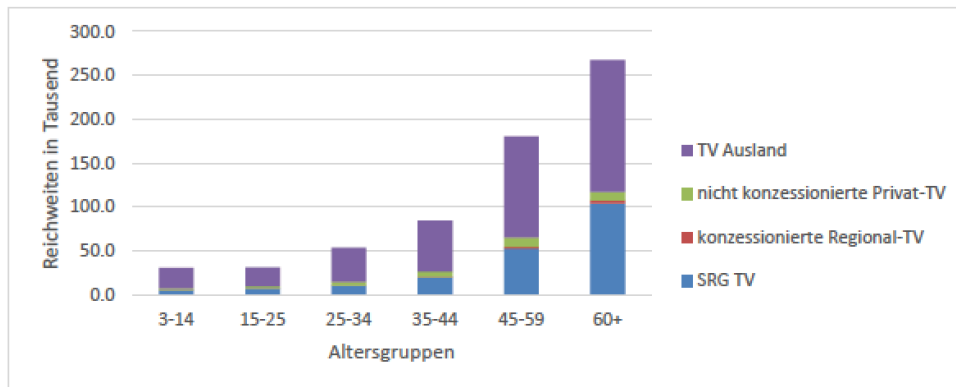
(<https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.html>)

² Statista – The Statistic Portal (<http://www.statista.com>)

³ UIS – Unesco Institutional Statistics (<http://data.uis.unesco.org>)

Ein grosser Teil der Bevölkerung, die Jugendlichen, sehen nicht mehr linear fern. Das Durchschnittsalter der TV-Konsumenten hat sich im 50+-Segment stabilisiert. **Mit anderen Worten, die Medienlandschaft hat sich dramatisch verändert: mehr Filme werden hergestellt und vertrieben, sie erreichen aber ein kleineres und älter werdendes Publikum.** Das audiovisuelle Schaffen der Schweiz hat trotz starken Subventionsmechanismen Mühe, sich am Markt zu behaupten und eine zeitgemässe und zukunftssichernde Strategie zu entwickeln.

TV-Nutzung: Reichweiten nach Veranstalter- und Altersgruppen in Tausend



Quelle: Mediapulse 2018, Auswertung des 1. Semesters 2017 im Auftrag des BAKOM

Wie kann also ein Anreiz geschaffen werden, der das audiovisuelle Schaffen der Schweiz in den digitalen Raum bewegt und eine Auswertung dort nachhaltig sicherstellt, wo sich das Publikum zunehmend befindet?

2. Filmpolitische Trends

Am 2. Oktober 2018 hat die EU-Kommission ihre Richtlinien zur Modernisierung der audiovisuellen Branche Europas publiziert. Darin wird von den Mitgliedstaaten verlangt, bis 2020 eine Angebotsregulierung zugunsten des europäischen Schaffens einzuführen. Teil davon ist ein Mindestanteil von 30% an europäischen Produktionen im Angebot von Streaming-Diensten.⁴ Wie reagieren wir in der Schweiz auf die Herausforderungen der Digitalisierung in der audiovisuellen Branche? Welche Massnahmen sind hier geplant, um den jüngsten audiovisuellen Entwicklungen entgegenzuwirken?

Nationalrätin Kathy Riklin reichte im September 2017 beim Bundesrat eine Interpellation ein, die nach genau solchen Massnahmen fragte, sowie nach dem Grund für die fehlende Vertretung des Bundesamtes für Kultur im Beirat „Digitale Transformation“ des Bundesrates. In der Stellungnahme des Bundesrates vom 22. November 2017 wird auf den bereits gut funktionierenden Austausch der zuständigen

⁴ Digitaler Binnenmarkt: aktualisierte audiovisuelle Regeln (http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-18-4093_de.htm)

Stellen verwiesen und betont, dass sich diese Aufteilung bewährt habe. Es bestehe somit kein Handlungsbedarf.⁵

Auch die laufende Revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) zeigt bereits nach Ablauf der Vernehmlassungsfrist, dass eine zukunftsweisende Lösung in diesem Bereich nicht angegangen werden wird. Der Grund: die etablierten Stakeholders zerreiben sich an der Regulierung des herkömmlichen Fernsehens, statt sich mit den Herausforderungen der Digitalisierung und deren Möglichkeiten auseinander zu setzen. Als Folge davon werden im RTVG hinsichtlich der digitalen Regulierung nur sehr vage Positionen bezogen und der richtungsweisende Entscheid der EU-Kommission wird über weite Strecken ignoriert. Das kann sich die Schweiz nicht leisten. Die effektive Angebotsvielfalt von audiovisuellen Werken muss langfristig sichergestellt werden.

Doch wie kann dem Schweizer Film in den digitalen Distributionskanälen, den heimischen Leinwänden und im Fernsehen der Zugang sichergestellt werden? Wie kann langfristig erreicht werden, dass das Schweizer Publikum Zugang zu ihrer eigenen Filmkultur findet?

3. Lösungsansatz

Wir glauben, dass die Antwort in einer umfassenden und auf unser Land zugeschnittenen Quote liegt – genau wie es die EU vormacht.

Eine Quote von 20%, die sich über die anstehende Revision des Filmgesetzes integrieren lässt, schafft die Grundlage für einen langfristig gesicherten Zugang des Schweizer Filmschaffens auf allen Auswertungskanälen. Analog zum EU-Kommissionsbeschluss vom 2. Oktober 2018, soll auch in der Schweiz ein Angebotssteuerung umgesetzt werden, die einen Zielwert von 20% veranschlagt. Der tiefere Wert stammt daher, dass die Grundgesamtheit an Schweizer Filmen tiefer ausfällt, als derjenige der europäischen Filme. Mit Schweizer Filmen wird es uns nicht gelingen, einen Programmanteil von 30% zu bespielen. Uns ist es aber auch wichtig, einen Wert vorzuschlagen, der nicht eine utopische Forderung darstellt, sondern der eine Verdoppelung des Wertes darstellt, der von der Branche selber im beispielhaften Jahr 2006 in den Kinos hat erzielt werden können (10%).

In der Folge einige formatspezifische Überlegungen:

Digitale Angebote (on-demand Verfahren)

Video-on-Demand-Dienste sollen neu einen Anteil von mindestens 20% an Schweizer Inhalten in ihren Katalogen sicherstellen und eine gute Sichtbarkeit gewährleisten (Hervorhebung). Dies wird insgesamt zur verstärkten Förderung Schweizer Werke führen, was sich positiv auf die kulturelle Vielfalt auswirkt, aber im kulturellen Sektor auch für mehr Möglichkeiten Sorgen und zu einer umfassenderen Professionalisierung führen.

⁵ Interpellation: Konsequenzen und Herausforderungen der digitalen Transformation für das Bundesamt für Kultur (<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20173717>)

Fernsehen

Hier möchten wir uns für eine analoge Regelung gemäss den AVMD-Richtlinien der EU aussprechen. Diese sieht vor, dass weiterhin Filme nationaler Herkunft gemäss Quotensatz zu linearen Sendezeiten zu übertragen sind. Wir möchten hier zusätzlich für die Filme aus dem Quotensatz eine Sendezeitbeschränkung von Mitternacht bis 6:00Uhr morgens erwirken, da wir die Sendezeit als elementaren Bestandteil der Zugänglichkeit verstehen und hier dem Schweizer Filmschaffen eine privilegierte Position gegenüber anderen Inhalten ermöglichen möchten.

Kino

Die 20%-Quote soll auch hier Anwendung finden. Für viele Kinos der Schweiz ist die Quote bereits mit dem bestehenden Programm erfüllt. Durch die Quote erhält das Kino zusätzlichen Anreiz, den Schweizer Film stärker in den Vordergrund zu rücken, da insbesondere Multiplex-Kinos einen Anreiz erhalten, die durch die Quote regulierten 20% ihres Kinoprogrammes ökonomisch ertragreich zu betreiben. Der direkte Effekt aus der Regulierung ist eine bessere Sicht- und Verfügbarkeit des Schweizer Filmschaffens auf den Leinwänden. Wird die Quote nicht eingehalten, sollen Strafmassnahmen definiert werden, die über substantielle Bussenzahlungen abgegolten werden, die ihrerseits dem kantonalen Kultur-Etat gutgeschrieben werden sollen.

Pay-TV

Durch den regulierten 20%-Anteil von Schweizer Filmen am Pay-TV Angebot soll ein weiterer Anreiz geschaffen werden, dass die Koproduktionsmöglichkeiten der nationalen Pay-TV Sender ausgereizt und genutzt werden. Um das Quotenvolumen zu erreichen, sollen zudem Ankäufe von externen Produktionen getätigt werden, von denen eine zusätzliche Markt-Stimulierung zu erwarten ist.

Die Kontrolle der Einhaltung der Quote soll dem BAKOM obliegen. Es verfügt über die operativen Kräfte dies in einem vertretbaren Rahmen umzusetzen.

Unterzeichner:



Joël Jent
Verfasser und Vizepräsident, Swiss Fiction Movement



Mirko Bischofberger
Co-Autor und Präsident, Swiss Fiction Movement



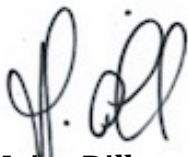
Barbara Miller
Präsidentin
ARF/FDS - Verband Filmregie und Drehbuch Schweiz



Jean-Marc Fröhle
Präsident
IG - Unabhängige Schweizer Filmproduzenten



Elena Pedrazzoli
Präsidentin
GARP - Gruppe Autoren Regisseure Produzenten



Heinz Dill
Präsident
SFP - Swiss Film Producers' Association

4. Weiterführende Literatur und Quellennachweise

Choi, Won M. (2007): „Screen Quota and Cultural Diversity: Debates in Korea-US FTA Talks and Convention on Cultural Diversity“. Asian Journal of WTO & Int. Health Law and Policy (2/2), S. 267-286.

Cole, James (2014): „Promoting Diversity in Motion Picture Exhibition – A Study on Screen Reallocation in South Korea’s Movie Box Office“. Seoul National University.

Pager, Sean A. (2011): „Beyond Culture vs. Commerce: Decentralizing Cultural Protection to Promote Diversity Through Trade“. 31 Nw. J. Int’l L. & Bus. 63.

Wildman, S. S. (1995). Trade liberalization and policy for media industries: A theoretical examination of media flows“. Canadian Journal of Communication (20/3), S. 367–388.

Messerlin, Patrick / Parc, Jimmyn (2017): „The Real Impact of Subsidies on the Film Industry (1970s-Present) – Lessons from France and Korea. Pacific Affairs (90/1), S. 51-74.

Messerlin, Patrick / Parc, Jimmyn (2014): „The Effect of Screen Quotas and Subsidy Regime on Cultural Industry – A Case Study of French and Korean Film Industries“. Journal of International Business and Economy (15/2), S. 57-73.

Nielsen-Report (2016): „Video on Demand - How worldwide viewing habits are changing in the evolving media landscape“. The Nielsen Company. Online: <https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/de/docs/Nielsen%20Global%20Video-on-Demand%20Report%20DIGITAL%20FINAL.pdf>