

Netflix – friend or foe?

An examination of transnational streaming services' integration into the Swiss media
landscape

Student Name: Christine Albrecht

Student Number: 642644

Supervisor: Dr. Willemien W Sanders

Master Media Studies - Media & Creative Industries
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis

June 2023

Word Count: 18'852

Netflix – friend or foe? An examination of transnational streaming services’ integration into the Swiss media landscape

ABSTRACT

The advent of internet-based streaming services, such as SVOD, has challenged the film and television industries. These new, often American, players were disruptive and very quickly gained financial and cultural dominance due to their fast-growing popularity among consumers. The entrance of these players affected production, distribution, exhibition, and consumption greatly, leading to a renegotiation of power relationships between different actors. In response to these changing contexts and newly forming imbalances, governments in various countries are implementing regulations specifically targeting non-domestic streaming services. The so-called ‘Netflix Taxes’ therefore involve some kind of financial reinvestment in the local film industry through investment obligations or levies, even if the streaming companies are not physically present in the territory. In 2022 Switzerland voted in favor of implementing its own variation thereof, the informally called ‘Lex Netflix’. This research examines the penetration and integration of foreign streaming companies into a national media system in an attempt to analyze the power relationship between new players and local actors. For this purpose, the public discourse surrounding the ‘Lex Netflix’ was utilized as a useful framework: More specifically, this paper wants to find out what the public discourse about non-domestic SVOD services’ integration into Switzerland is as seen through the press coverage about the ‘Lex Netflix’. This is done methodologically through thematic analysis of 76 articles addressing this new regulation, thereby revealing relevant patterns relating to SVOD services and their role within a national context. Potential traits of cultural imperialism and platform imperialism are thereby discussed. In conclusion, this paper argues that streaming companies inhabit a highly paradoxical role for a national film industry. Imperialistic traits can indeed be detected within the SVOD companies, while they are also often credited with a savior role for local filmmaking. Streaming service tend to simultaneously suppress and support local content production. Furthermore, imperialistic traits cannot solely be spotted as originating from streaming companies, but also from other penetrated countries. This is also specific to Switzerland due to its relatively small market size and its linguistic similarities to its neighbors and strong audiovisual players, Germany, France, and Italy. In conclusion, while power imbalances are evident in the public discourse, their specific implications for a national film industry are difficult to conclusively determine.

KEYWORDS: SVOD services, domestic media market, transnationalisation, cultural imperialism, media regulation

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT	1
1. INTRODUCTION	5
2. THEORETICAL FRAMEWORK.....	10
2.1. DIGITAL DISRUPTION	11
2.2. TRANSNATIONALISATION	13
2.3. CULTURAL IMPERIALISM AND PLATFORM IMPERIALISM	16
2.4. MEDIA POLICIES AND REGULATIONS	19
3. METHODOLOGY	21
3.1. QUALITATIVE RESEARCH.....	21
3.2. DATA SAMPLING.....	21
3.3. THEMATIC ANALYSIS	23
3.4. OPERATIONALIZATION	25
4. FINDINGS.....	26
4.1. FOREIGN SVOD SERVICES' CONSEQUENCES FOR THE SWISS FILM INDUSTRY	27
4.1.1. SVOD AND THE INTERNATIONAL POTENTIAL OF SWISS FILMMAKING	27
4.1.2. SVOD AS A NECESSITY FOR THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF SWISS FILMMAKING	31
4.1.3. SVOD SERVICES AS A POTENTIAL THREAT TO THE SWISS FILM INDUSTRY	33
4.2. EXTERNAL INTERNATIONAL INFLUENCES FROM SVOD SERVICES	36
4.2.1. REVENUES GENERATED BY FOREIGN SVOD COMPANIES IN SWITZERLAND	36
4.2.2. SVOD EXEMPLIFIES THE COMPLICATED RELATIONSHIP BETWEEN SWITZERLAND AND EUROPE	38
4.3. HOW FAIRNESS PLAYS A ROLE IN INTEGRATING FOREIGN SVOD COMPANIES.....	40
4.3.1. EQUAL TREATMENT OF DOMESTIC AND NON-DOMESTIC COMPANIES	40
4.3.2. FAIR CHANCES FOR SWISS FILMMAKERS	41
4.3.3. GOVERNMENTAL PATERNALISM VS. LIBERAL FREEDOM OF MEDIA CONSUMPTION AND COMMERCIAL PRACTICES.....	42
5. CONCLUSION	43
REFERENCES	50

APPENDIX A: ARTICLES QUOTED	55
APPENDIX B: CODING SCHEME	74

1. INTRODUCTION

The media industry has been and always will be an ever-changing area. This of course also applies to the film and television industry, that have always been subject to change – especially change facilitated by technological advances. One of these technological advances is the internet and the digitalization it has brought with it. While this technological advancement has changed various media sectors, with the newspaper industry and the music industry leading the way (Lotz, 2021b), it also changed and is changing the rules and systems in the film and television industry: Whether this is on the production side, as entry barriers to filmmaking are being lowered, due to cheaper devices and software. Or in the distribution and exhibition sphere, as digital circulation and projection technologies have severely changed incumbent processes. Moreover, a lot has changed for consumers, as the availability of audiovisual content has enormously increase, while access has simplified. This is thanks to the widespread expansion of internet access and, more importantly, the ever-increasing technological possibilities. Suddenly these advancements made it possible, and easy, to distribute and consume audiovisual content – such as films or series – through internet-based technology. Henceforth, films and series could technically be received everywhere, the only necessary tool to do so: a stable internet connection. Thus, the way was clear for video streaming to become the popular entertainment service it is today. A recent report by the European Audiovisual Observatory (EAO) confirmed the streaming services’ growth by showing that subscription video on demand players (henceforth called SVOD) were mostly responsible for the general increase in revenue of audiovisual media services in Europe between 2016 and 2020, while the revenue of traditional players stagnated (Cabrera Blázquez et al., 2022). Indeed, internet-based television also promises new opportunities for media conglomerates: Technically, the potential audience is global and, moreover, reachable with relatively little effort, since digital content providers such as Netflix or Disney+ are much less constrained by physical limitations than linear broadcasters for example. This detachment therefore also encouraged SVOD services to grow beyond their domestic borders and expand across the globe, including Europe (Edgerton, 2022; Kim, 2022; Lotz, 2021a; Medina et al., 2022; Wayne & Castro, 2021). Currently more than a third of SVOD and TVOD services in Europe belong to American companies (Schneeberger, 2023) and, along with pay TV, SVOD services are the most concentrated segment in Europe: 94% of SVOD subscriptions can be trace back to 20 over-the-top platforms (OTT) (Cabrera Blázquez et al., 2022). A dominance of American players in the SVOD market is therefore undeniable observable.

The cross-border expansion of these, often American, platforms and services then necessitates them to successfully integrate into existing national media systems. Hence, they become transnational, where they simultaneously are an American conglomerate but also a local version of themselves in a local market. Furthermore, a successful integration of a foreign player into national and local markets yields a few consequences for both the companies and the targeted markets: On the one hand, the penetration needs to be done cautiously, where expanding companies need to keep local peculiarities in mind, such as cultural characteristics, legal settings, and local tastes. On the other hand, the national media industry is also being confronted with a (often) strong new foreign player that potentially brings disruptive ramifications. Furthermore, since there is a clear oligopoly concerning SVOD players, with a significant part of the conglomerates originating from the United States (US) on top of it, the question of harmful dominance, or more specifically cultural imperialism, arises. One could argue that the existing cultural hegemony of the US is being further reiterated through the dominance of American streaming services in Europe (Schneeberger, 2023).

The integration into existing markets, and the resulting relationship – or potential tensions – between national film industries and the transnational companies yield ample room to study. Tension between global and local actors is to be expected with the introduction of transnational streaming services, as different needs and means clash within a national context as for example Afilipoaie et al. (2021) have shown in their examination of the ‘Netflix Original’ and its implications for European television production. Since the integration of streaming services into national contexts is a relatively new occurrence, the consequences for the local industry are hard to register. On the one hand, streaming services can be perceived as an opportunity for a local industry, as they have access to higher financial funds and can offer greater exposure to local productions (Kim, 2022; Medina et al., 2022). On the other hand, through their power position, they have the potential to supersede local players and foster cultural homogenization. The SVODs’ integration into national media landscapes is therefore a complex topic.

A useful frame to examine this complex relationship is through regulations aimed at these new SVOD players in a specific national context. Regulations and policies are a way to handle the disruptive nature of SVOD platforms, to negotiate the roles of different players, and to ensure a functioning market while safekeeping the public interest (van Cuilenburg & Mcquail, 2003). Therefore, when discussing regulations, all possible consequences of the

integration of foreign companies should be carefully considered. Policymakers need to contemplate both the opportunities and threat posed by the advent of new players – and need to find a compromise that balances both. As Puppis (2009) mentions, policies ideally nurture innovation and progress, while also guaranteeing safety, security, and the meeting of social needs. In the specific case of Switzerland, a balance between the integrating foreign streaming companies, and safekeeping the national industry, is attempted by the informally called *Lex Netflix* (Borg, 2022): Shadowing the European Union’s (EU) Audiovisual Media Services Directive (AVMSD), Switzerland is adjusting its existing film act by including a content quota and an investment obligation, both aimed at internet-based audiovisual content providers (the adjustment is abbreviated FQIV) (Bundesamt für Kultur (BAK), n.d). The content quota foresees that 30% of the streamers’ catalogue needs to be of European origin. The investment obligation compels them to reinvest 4% of their annual revenue generated in Switzerland into the domestic film industry. How this reinvestment is done is up to the companies themselves: They can either produce their own content in the country, acquire the rights of existing films and series, or pay an equivalent sum directly into the Federal Office of Culture’s film fund (Schelb, 2022). The specifics of this adjustment have sparked a vast discussion within and outside of the Swiss film industry. While representatives of the cultural sector were mostly in favour of the adjustment, young liberal politicians and members of conservative parties were opposed to it. Since a referendum, lead mostly by youth parties from centre-right, was successful, the adjustment became the subject of a national vote. After a long period of uncertainty, the law was finally accepted on Sunday May 15th, 2022, and the FQIV can now be enforced (Geiser, 2022). Since all Swiss citizens could partake in the vote, public discourse about it was abundant. Studying this public discourse, therefore, shows how foreign SVOD platforms are perceived in relation to the national media system and the domestic film industry. It can illustrate how these companies are situated in the broader national audiovisual context. Therefore, this research will examine the public discourse surrounding the film act adjustment and will thereby attempt to expose broader themes and assumptions about the general status of internet-based television companies within the national audiovisual context. It will also reveal about the tension between domestic and non-domestic players and will shed a light on how dominant foreign media players are perceived. Finally, it will bring us closer to an answer whether dominant, foreign companies are an opportunity or a threat to a national media market and its domestic film industry.

Therefore, this research studies how the integration of SVOD companies into Switzerland is discussed in the media, and thus what aspects in that regard matter to the public. Hence, the research question has been formulated as follows: *What is the public discourse about non-domestic SVOD services' integration into Switzerland as seen through the press coverage about the "Lex Netflix"?*

Relevancy

A lot of academic research has been done on the expansion of streaming services in general (Iordache, 2021; Iordache et al., 2022a), the consequential policies (Costa e Silva & Lameiras, 2022; Iordache et al., 2022b), their ramifications on national industries (Edgerton, 2022; Kim, 2022), and their effects on local production (Afilipoaie et al., 2021; Medina et al., 2022). Since streaming services can be seen as somewhat new players in the audiovisual industry in general, research on their practices, such as their international and transnational expansion and the concomitant integration into existing – often national – media systems, is of high interest for scholarship and practice alike. In that sense, this research embeds itself in the critical media industry studies, where the systems and mechanics of the industry itself are at the centre of interest (Havens et al., 2009). Furthermore, as mentioned also by Havens et al., (2009), it is of specific interest to study the media industries in a time where digitalization and globalization are changing the complex role media have in society. And even though this statement was made more than a decade ago, it remains contemporary, as digitalization and globalization are still changing the industry today, as shown in the aforementioned vast collection of papers about streaming services.

Aspiring to specify the role SVOD services inhabit within the context of a national industry through the discussion surrounding policymaking, this is not only significant to the local industry. Since this research specifically tackles the balance between global and local actors, it also gives insight into the social, economic, and political relevancy of dominant non-domestic, often American companies, for the local and the international society. In that regard, the examination of power relationship between different players, and their potential inequality, also inhabits a societal relevancy. Exposing potential imbalances in power relationship in a national media system firstly benefits local filmmakers, as their position within the audiovisual industry is being specified. Secondly, policymakers also benefit from the analysis of public discourse, as it reveals not only what the media deems relevant to convey, but to what broader discourse the public is exposed.

Moreover, research concerning streaming industries that focusses particularly on Switzerland has been limited so far and therefore leaves ample room for expansion. It is especially fruitful to examine as the nation serves as a somewhat self-contained example since it is not a member of the European Union. Additionally, the country has four official languages, of which three are shared with its neighbouring countries, that all represent bigger audiovisual markets, and thus audiences, and entail more impactful film industries. Therefore, they epitomise much more promising expansion potential for transnational streaming companies (Cucco & Dagnino, 2018). Nonetheless, it can be assumed that Switzerland is a financially interesting market for example for Netflix as it has the most expensive subscription (Lobato, 2019). These circumstances make Switzerland an interesting case study. Furthermore, since the Swiss policy process is ongoing – the law will come into effect on January 1st, 2024 – it is a rich area to research and the topicality of the study is given.

A short overview

To examine the tension between foreign SVOD services and a national market, and in order to capture the relevant subjects and topics that surround this discussion, this research will firstly look at some theoretical concepts to be able to put the findings into academic and theoretical relation. To be able to put the advent of streaming services into relation, this paper will firstly look at the concept of *digital disruption*. This will allow for a better understanding and positioning of the change brought on by streaming technology and will also aid in relativizing the degree to which the digital disruption was indeed disruptive. As this research focusses on foreign SVOD companies and their integration, the theoretical concept of *transnationalisation* will also help to make sense of the findings in the data. This is nicely summarized by a recent report by the EAO, where it the following is written: “Online services are cross-border per nature, at least from a technical standpoint.” (Cabrera Blázquez et al., 2022, para. 1). Furthermore, this research specifically aims to study the power relationship between foreign SVOD companies and a national media industry, so to better understand if dominant traits are evident, the concepts of *cultural imperialism* and *platform imperialism* will be introduced. This will help to analyze and thus to detect possible imperialistic traits, and to further put them into perspective.

To capture the public discourse, a selection of press articles was done which will be investigated through the method of thematic analysis. This method will help detecting

dominant themes in the press coverage and will then ideally reveal the most pressing topics in relation of non-domestic SVOD companies. Further, it is also important to briefly note that some media companies behind the newspapers are not unaffected by the new law: CH Media for example, who publishes the online magazine *Watson*– one of the selected outlets – also owns private television channels (CH Media, n.d.), that would be affected by the new law as well (Kuenzi, 2022). However, since the sampling was entirely made on the basis of an independent ranking, the findings are still relevant since the selection of newspapers mirrors their prevalence in the public.

At this point, it also needs to be briefly noted, that the adjustment of the law not only aims at streaming services, but also private television channels – domestic and non-domestic – that are intended for a Swiss audience through targeted advertisements for example. However, to consider feasibility and to stay coherent in regard to different types of audiovisual distribution, this research will focus on SVOD services. Seeing as the adjustment of the law was informally dubbed ‘Lex Netflix’, and therefore showed the central role SVOD services played in the discourse, this is a legitimate and reasonable choice.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

To properly assess the public discourse about foreign streaming services, a few theoretical concepts are relevant and valuable to put the identified themes in the discourse into a broader academic context: The first discussed concept of *digital disruption* aims at setting the scene on how streaming services as a disruptive force indeed changed both the film and the television industry. It is important to put it into a broader historic context to be able to evaluate its accurate level of disruptiveness (Lotz, 2021b). As this research specifically focuses on foreign, or non-domestic, streaming services in a domestic context, the two theoretical concepts will follow that attend to the international character of media and culture: Firstly, the chapter will look at the notion of *transnationalisation* – a concept that refers to the cross-border characteristics of media in general, but television in particular and is extensively discussed by Esser (2002) and Chalaby (2023). As media conglomerates increasingly expand internationally, they also need to consider local specifics in order to be successful in their penetrated foreign markets. This balance and interplay between global, local, and international can be broadly described in the term *transnationalisation*. Further, the arrival of foreign forces, especially originating from dominant cultural and economic actors such as the US, must be explored with caution. In that sense, the theoretical concepts of

cultural imperialism and *platform imperialism* need to be considered. This will help in critically assessing the power relationship, or possible power imbalance, between the different forces present in the discourse. Finally, the concept of *media policy and regulations* will be introduced. Since the data corpus revolves around the public discourse covering a new regulation targeting non-domestic streaming platforms among others, it is a significant concept to deliberate.

The discussed concepts can also be seen as a timeline of some sort: *Digital disruption* enables new players to function in a different way than the former hegemonic players. Due to the cross-border characteristics of digitization, practices of international streaming companies are therefore very much *transnational*. Both *cultural imperialism* and *platform imperialism* can therefore be seen as potential consequences or the failure of transnational practices. If a media company with a strong cultural and financial dominance expands to a different region with inferior cultural and financial means, the notion of *cultural imperialism* comes to mind. And since streaming services fall under the definition of platforms, *platform imperialism* can be understood as the more precise concept.

2.1. DIGITAL DISRUPTION

To adequately answer the posed research question, it is helpful to briefly take a step back and take a look at the bigger picture of this research. It then becomes clear that it is concerned with the penetration and integration of international SVOD services, and thus the necessary streaming technology, into a national media system on a large scale – in this specific case in Switzerland. Put very generally, this research examines how newly emerging streaming services fit into the system of a (pre-)existing audiovisual industry. However, these new phenomena presuppose a technological development which can be captured in the notion of *digital disruption*. It is evident that with the advent of streaming services, the rules of the game need to be reevaluated and that some cornerstones of the audiovisual industry have been transformed.

At the same time, it is also necessary to put the digital change that underlies streaming technology into perspective: Most certainly, it is not the first impactful transformation that the television industry and the film industry had to endure – and it will probably not be the last one. Lotz (2021b) for example mentions that the introduction of home video cameras, video recording technology, and VHS cassettes were all similarly disruptive within the history of the film industry. She (2021b) also reminds the reader that television was once said

to be the death of movies, but instead turned out to be an avid buyer of content and therefore an additional source of revenue for film studios. This shows that both the television and film industry always had to face new challenges that changed their respective industries significantly. The audiovisual industry was always one in constant movement. It is again Lotz (2021b) who questions the popular and facile catastrophizing of streaming technology and its effect on – specifically – the film industry. It is much more accurate that the consequences for the industry are more nuanced and complex than one assumes. Lotz (2021b) goes on that history has proven that new technologies do not necessarily mean the death of the existing industry – or even an existing technology –, but rather implicates its adjustment and adaptation to a new ‘reality’. It is also an important to note that the increasing spreading of streaming services would seem to mostly affect the cinema sector, as consumption habits are the most affected by the changes. However, Lotz (2021b) argues that the steady drop in cinemagoers cannot be solely attributed to the growing popularity of streaming services. She states that the importance of revenue from theatrical releases for Hollywood studios was in decline long before streaming became common. Furthermore, no stark decrease can be observed that correlates with the introduction of Netflix in 2014. While in this research cinema-going alone is not the main focus, it is still legitimate to bear these developments of the sector in mind, as well as to critically study them in order to have a more precise picture of the consequences brought on by streaming companies.

Nonetheless, scholars across media studies such as Havens (2018), Jenner (2018), Chalaby (2023), and also Lobato (2019; 2021b) seem to agree that streaming services such as Netflix can definitely be linked to some disruptive changes in the film and television industry – whether these are located in production practices, distribution strategies, or consumption habits. It is also important to note that it was not merely the streaming technology itself that changed both television and film industry. Both Jenner (2018) – in her examination of Netflix as a new form of television – and Edgerton (2022) – in his specific study on Netflix’ integration in Spain – point out that much more impactful was the fact that streaming companies at one point evolved into content producers, rather than mere distribution services. Jenner (2018) retracks Netflix’ history and points out that the company – after starting out as a DVD rental service in the very beginning – was as just alternative, albeit digital, distribution channel for quite some time. It was only sometime in the 2010s when the company altered its business strategy and entered the production domain. Jenner (2018) emphasizes that thanks to this change in the company’s strategy, Netflix in particular evolved

into a direct competition to the existing film studios. Here the notion of vertical integration also comes into play, which will be discussed in more detail in the chapter about cultural imperialism and platform imperialism.

Therefore, while the digital disruption itself in the audiovisual sphere might not have been as lethal or as absolute as feared and has certainly been less disruptive than in the music or the news industry for example, it is also not true that it has left the film and television industry unaffected. And while disruptions through technological advancements are not unusual, the industries, as thus also as regulatory bodies, still need to adjust and adapt accordingly. While changes and disruptions seem to be challenging at a first glance, they can also be attributed with opportunity and new possibilities. It is Lotz (2021b) who calls for a more nuanced examination of disruption in the media in general. Rather than seeing the new emerging players in the film industry – such as Netflix, Apple, or Amazon Prime – as a threat, they should be viewed as a breeding ground of opportunity for “growth and diversification” (Lotz, 2021b, p. 96) instead.

The digital disruption is in the end also a tool that enabled the streaming services to expand internationally and become transnational. In that regard, Chalaby (2023) attributes streaming companies and their platforms a unique power that enables them to be global at a scale that has not been possible before. It is also this new kind of international expansion, that requires adjustments and rethinking in regulations and policies. Therefore, digital disruption necessitates a re-negotiation of the mechanisms of a national media system. Both concepts teased here by Chalaby (2023), transnational expansion and regulations and policies, will be discussed in their own theoretical framework further below.

2.2. TRANSNATIONALISATION

As another theoretical basis to discuss the expansive and international nature of non-domestic streaming services, it is relevant to consider the concept of *transnationalisation* in the media industries. Broadly speaking, the term refers to the cross-border nature of media commodities, more specifically in television. The notion has existed and was already part of the media industry scholarship before streaming technology became commonplace (Esser, 2002): Before internet-based distribution, the term related to the increase of commercial broadcast and satellite transmission, which made international travel of television much easier (Esser, 2002). Furthermore, Esser (2002) states in her study on transnationalisation of European television that this resulted in national broadcasting markets increasingly losing

some of their homogeneity. Consequently, the audience's watching habits were no longer necessarily determined by their national affiliation, since they were increasingly faced with imported content. Similarly, Chalaby (2023) states that broadcasting started out as a rather national entity that gradually became more international as the technological advancements of satellite broadcast and cable transmission allowed it. He further identifies two generations of transnational television: Firstly, the cross-border networks and internationally adaptable formats at the end of the twentieth century, and secondly the streaming platforms of today. Interestingly, he thereby also automatically includes streaming into the academic discipline of television studies. While Esser (2002) emphasizes the increasing borderlessness of television programmes in her characterisation of transnationalisation, both she and Chalaby (2023) also still acknowledge the existence of national borders. Thus, transnationalisation seems somewhat ambivalent, as Esser (2002) also argues for its existence despite mentioning the growing popularity of local programmes for local audiences. Moreover, she points to this interplay between international and local when she states that rather than a few "pan-European television channels" (p. 14), transnational television in Europe is expressed through localised versions of European – or even American – media outlets. Often these localised outlets target a language area or are concerned with specific topics of interest, but do not necessarily follow national borders exactly. Thereby, Esser (2002) states that local diversification is a necessary part for the process of transnationalisation and that national borders can, but do not always need to, contribute. Therefore, *localisation* also plays a central part in transnationalisation. According to Havens and Lotz (2017) this term refers to the ability to put media texts in a different local context and the needed adjustment of media texts to local contexts and subtleties. Thus, the term recognises the uniqueness of local markets.

Consequently, despite this discussed overthrow of national broadcasting identity by transnational processes, it is imperative to note that transnationalisation does not mean a one-fits-all approach. This was demonstrated both by Esser (2002) and by Chalaby (2023) who very much acknowledge the importance of localised nuances in the media. Multiple research projects on streaming services' transnational practices highlight also the importance of local factors regarding local productions: Gómez and Larroa's (2023) study Netflix' transnational business strategy in Mexico and mention how the company not only produces local content but also integrates through using local infrastructure and talent. Iordache et al.'s (2022a) focus on transnationalisation through the 'Netflix Originals' and mention several investment strategies by the streamer in Europe through which the streaming company achieves

transnationalisation. Both these examples show therefore, that national borders still have some significance within the notion of transnationalisation. Moreover, small states seem to be more prone to transnationalisation and might even be “incapable of competing in a transnational market” (Esser, 2002, p. 27). This also leads to governments of small states to be wary of transnational developments, as small states are more prone to foreign influences (Puppis, 2009). This specificity is important to note as it also relates to the small state of Switzerland.

To be as precise as possible, it is appropriate to briefly differentiate *transnationalisation* from similar concepts, such as *globalization* and *internationalization*: Esser (2002) specifically prefers the term *transnationalisation* to the two afore-mentioned concepts, because of the transnational process’s uneven and complex nature. Since every nation responded and responds differently to the foreign influences and multiple countries entered other states, she underlines that transnationalisation cannot be seen as a uniform process. The term *glocalization* also comes to mind here, which Jin (2020) describes as the confluence of global and local. However, the notion of transnationalisation also includes the notion of interplay in motion and reciprocalness, rather than a mixture of local and global. It can therefore be said that transnationalisation can be done through glocalization. Thus, *transnationalisation* is considered the preferred and most appropriate term.

It can be said, that, similar to satellite television a few decades earlier, internet-based distribution provides an ideal technological foundation for transnational expansion. Chalaby (2023) argues that streaming has pushed the transnational character of television more into focus. Moreover, Iordache et al. (2022a) for example discuss the complex position transnational companies such as Netflix inhabit: They constantly move between a global, national, local, and regional level. Lobato & Lotz (2020) further question Netflix’ geographical identity and pose the question if it is indeed a global actor with local subsidies, or rather a bundle of different national services. Thus, transnational SVOD companies are continuously (re-)negotiating their role and their position within national markets and industries. Furthermore, compared to national public broadcasters, SVOD services inhabit a different role in promoting and supporting a national film and television industry – *if* they directly concern themselves with local industries at all. Generally, their relationship to national content is different than that of national broadcaster that often take on a clearly defined mission of supporting, promoting, and fostering local and national audiovisual culture (Havens & Lotz, 2017). While for example Netflix has acknowledged the value of

local productions and has thus increased its investment in that regard and incorporates them into their expansion strategy (Afilipoaie et al., 2021; Albornoz & García Leiva 2021; Edgerton, 2022; Iordache, 2021; Jenner, 2018), the (ideally) global appeal of the local productions is still a necessity. Local content on an international streaming service must satisfy the local audience and the transnational audience alike, as the platforms target a diverse audience that transcends national borders, and is therefore, transnational (Iordache et al., 2022b; Jenner, 2018). Thus, it can be inferred that even if non-domestic audiovisual players invest in domestic content, its production is strongly influenced by the notion of a transnational audience. This is in strong contrast to national public broadcasters that produce content intended for a national audience first.

In the end, transnationalisation is strongly connected to a successful integration of non-domestic companies into a local media system. Again, taking Netflix as an example, its transnational expansion is also mainly achieved through local content creation by local talent and by opening local offices (Edgerton, 2022). Therefore, transnationalisation inhabits a paradoxical character and also refers to a constant tension between the local and the international. Moreover, it entails a continuous negotiation of the media outlet's geographical identity. While localisation is crucial to transnational expansion, the process also evokes notions of power imbalances. In the case of streaming services this concerns two very different actors: a private company and a national media market. On one side, there is a private conglomerate whose goal is inherently economical. On the other, there is a national industry, functioning within a diverse national market, that entails economic, but also social, cultural, and political interests and needs to provide media diversity and a level playing field through governmental regulations (Puppis, 2009).

2.3. CULTURAL IMPERIALISM AND PLATFORM IMPERIALISM

Cultural Imperialism

The above-mentioned discussions about streaming services' transnational expansion also touch upon the idea of power. As mentioned, Lobato & Lotz (2020) for example question Netflix' geographical identity and show how the organizational structure of the company can be seen in two different ways: On the one hand Netflix can be considered an American company that penetrated several foreign markets. On the other hand, it can also be perceived as a compilation of several national services. These two perspectives differ greatly

in understanding the company's practices in relation to power relationships: While the former understanding presupposes a somewhat steep hierarchical structure, the latter implies a flatter order. This debate brings up a theoretical concept that has long been part of media scholarship: *cultural imperialism*: The concept's presence in the media studies is a longstanding one (Jin, 2020) and refers essentially to a power imbalance between different actors in a globalized world. Specifically, cultural imperialism indicates the domination of one culture over others and therefore presupposes the existence of a stronger culture. It is Tomlinson (2012) that mentions an amalgamation of cultural practices and values, and therefore a widespread cultural homogenization as one potential outcome of cultural imperialism. Since the imperialistic process often occurs through expansion of companies through financial means, it is also strongly intertwined with the notion of capitalism (Jin, 2020). Especially when considering small states – such as Switzerland –, the threat of cultural imperialism is very much justified. Puppis (2009) considers the threat of foreign influence as even higher for countries without an exclusive language. Switzerland, that shares three of its four official languages with bigger (in terms of inhabitants, area, and economy) neighbouring states, is therefore potentially at a higher risk of cultural imperialism. Considering the previously discussed notion of transnationalisation, which entails an aspect that tends to undermine national characteristics, it can therefore potentially enable culturally imperialistic traits.

However, the actual existence of cultural imperialism is heavily disputed, as it tends to simplify the relationship between different actors and reduces it to a rather one-sided, steep, vertical model (Tomlinson, 2012). Indeed, it has been shown that cultural power relationships are not as straight-forward as one may assume, as the significance of cultural proximity shows (La Pastina & Straubhaar, 2005): In their research La Pastina and Straubhaar (2005) show that shared linguistics and similar historical experiences can contribute to a joint appreciation of the same cultural goods, whose provenience not necessarily corresponds with the strongly hierarchical process of cultural imperialism. Therefore, the notion of cultural imperialism revolves around a rather simplistic illustration of reality and is especially questioned in relation to globalization. This notion also appears in Jin's (2020) three counter arguments to cultural imperialism, where he firstly questions the simplistic peripheral depiction of cultural players. Furthermore, cultural imperialism also tends to underestimate the importance of local cultures for local audiences. Lastly, it also presupposes a mainly passive audience, which is also questionable and greatly underestimates

the agency of viewers (Jin, 2020). Jin (2020) also adds however, that local culture usually does not penetrate far beyond their place of origin and non-Western content rarely penetrates Western markets. Diving again into the paradoxical nature of these international processes – as was also seen with the notion of transnationalisation – a preference for local content of audiences can also be found in academic literature (La Pastina & Straubhaar, 2005). Audiences tend to prefer national content if it can be economically viable (Straubhaar, 2000 as cited in Jin, 2020). However, the emphasis here lies on *if*, and as Puppis (2009) mentions, its economic feasibility is especially difficult in small markets such as Switzerland. Cultural imperialism is therefore not as easy to verify and might not be as obvious as one assumes. However, at the same time while considering this criticism, one cannot deny the growing dominant position the United States hold in the global cultural market, which is also additionally enabled through digital technology (Jin, 2020).

Platform Imperialism

While there is dispute regarding the obvious existence of cultural imperialism, Jin (2020) suggests the term *platform imperialism*. Whereas cultural imperialism refers to imperialistic traits related to the production and dissemination of cultural goods, platform imperialism refocuses those traits to the everyday use of platforms. Jin (2020) defines digital platforms as multifunctional, digital mediators that have a steep increasing influence on media industries. They exceed a merely technological value and also inhabit cultural and economic significance. The notion of platform imperialism involves the continued and frequent use of platforms that ultimately become a central part of a consumers' daily life. Jin (2020) associates this strong conjunction of the platforms with people's day to day-routine to a high level of hegemony, since thereby the platform's influence is highly consistent and extensive. It is therefore legitimate to connect the extensive expansion and penetration of (especially) American SVOD services into Europe to this form of imperialism.

In his examination of what he calls Netflix imperialism, Davis (2021) mentions four pillars of the company's practices of platform imperialism: (1) vertical integration; (2) efforts of a quick conquering of foreign markets at scale; (3) a methodical evasion of regulations and policies; and (4) the controversial use of accumulated user data. Havens and Lotz (2017) describe vertical integration as the complete control bundled within one company over a product's life cycle – starting from development, continuing through production, distribution, and further modes of exploitation. As a distribution service, the streaming companies were

just another source of revenue for the studios. However, as the streaming services evolved into production houses with their own proprietary way of direct-to-consumer distribution, they suddenly turned out to be serious competitors. It can be said that Netflix has been practicing vertical integration increasingly since advancing from a mere distribution service to a production house in 2014 (Jenner, 2018). In other words, a series produced by and distributed by Netflix excludes other players almost completely. Johnson (2022) even ascribes the platforms' seemingly resiliency to an everchanging industry to their vertical integration. To put the idea of vertical integration into the context of national integration that this paper studies, it needs to be understood that vertical integration also does not allow for any other local players to gain revenue, such as cinemas, distributors, or television channels (Davis, 2021).

Platform imperialism is therefore a useful framework with which to examine the tension between local and transnational media players. While regulations aim at keeping cultural or platform imperialism at bay, responses to those policies can reveal underlying stances with which foreign SVOD companies are accredited in Switzerland. Therefore, by examining those reactions, it is exposed to what degree platform imperialistic tendencies are indeed being perceived and observed in the public discourse – if at all. Transnationalisation and both cultural and platform imperialism are related concepts and are (potential) consequences brought about by digital disruption and by media conglomerates' penetration of foreign markets. Whereas transnationalisation can be seen as a somewhat negotiation between international and local characteristics, imperialism focusses on imbalances in power relationships and is generally perceived as negative (Jin, 2020). However, it can be argued, that transnationalisation enables or facilitates platform imperialism, as transnationalisation eases the integration of a powerful player into a (smaller) market.

2.4. MEDIA POLICIES AND REGULATIONS

Policies are a way for governments to handle changing contexts or to change conditions within a certain market with the aim to safeguard public interest (Picard, 2020). According to van Cuilenburg and McQuail (2003) they are also situated at the intersection of national interests and commercial goals and ideally build a balance between the two ideas. Regulations set the stage for a functioning market, that is both fair and encourages contribution and innovation. Van Cuilenburg and McQuail (2003) further state, that the making of policies in democratic countries generally considers the broader notion of the

public interest, which refers to understanding society as a whole rather than just the players directly affected by the regulations. However, van Cuilenburg and McQuail (2003) also emphasize the struggle of accurately defining ‘public interest’ and the likely resistance of certain groups of citizens that do not agree with its definition in regardsto specific implemented regulations. Nonetheless, van Cuilenburg and McQuail (2003) set the economical, welfare, the social welfare, and the political welfare as the main content of the public interest. Thus, the welfare of all three needs to be considered in order to create a policy that has the public interest in mind. The political welfare refers to functioning political institutions, but also freedom of expression and publication, and notions of equality and participation. The social welfare also includes cultural values and suggests the promotion of positive objectives through regulations. In the specific case of the analyzed press coverage, the social-cultural aspect is expressed through protecting the local culture from non-domestic forces. Finally, the economic welfare is concerned with a functioning national economy and a functioning national market. Thus, this also includes the notions of employment, profits, and innovation (van Cuilenburg and McQuail, 2003). In the discussed *Lex Netflix* the economical welfare refers for example to the goal of redirecting some monetary flow back into the country.

Moreover, by imposing national regulations on non-domestic media companies, they are essentially being incorporated into the local market and are understood as a part of not only the local media system, but also the national economy (Wayne, 2019). Moreover, Crane (2014) mentions that cultural policies that aim at supporting national film industries can be seen as a way to resist the potentially harmful consequences of globalization and transnationalisation. Thus, the theoretical framework of *media regulation and policies* is a relevant concept to examine streaming services’ integration into the Swiss media market. As mentioned, policies allow the government to tackle changing contexts: According to Picard (2020), policies in general are formed out of five different incentives: (1) “to address existing challenges or problem” (p. 11); (2) “to avoid emerging challenges or problems” (p. 11); (3) “to pursue new opportunities and promote investments” (p. 11); (4) “to maintain social control and avoid civil disorder” (p. 11); and (5) “to maintain existing power arrangements and legitimacy” (p. 11). The regulation studied in this research can be attributed to the first three categories of motivations of policymaking. Firstly, it deals with the existing challenges of the transnational nature of non-domestic streaming companies and their growing importance within the industry and rising popularity with consumers. Secondly, it deals with

the emerging challenges of the increasing non-American productions done especially by Netflix, but which will not automatically happen in all by Netflix' penetrated markets (Afilipoaie et al., 2021). Especially considering the size of Switzerland and the fact that it shares linguistic similarities to three bigger neighboring countries, this is a valid concern. Moreover, those three countries – Germany, France, and Italy – all have regulations aimed at streaming services in place and are therefore arguably in a better position for streaming companies to produce in. This second incentive is somewhat paradox to the above-mentioned idea of cultural imperialism and platform imperialism which are usually attributed to be emanating from the United States. In this case it is ironically non-American content that can pose a threat to Switzerland. Lastly, the regulation aims at incentivizing foreign investment and thereby creating opportunities for the national industry. The notions of maintaining social control and existing power arrangements are not highly relevant here, as both are not the main issue of this specific regulation.

3. METHODOLOGY

3.1. QUALITATIVE RESEARCH

To answer the research question introduced earlier, the qualitative method of textual analysis was applied. Since the research aims to explore the sense-making in the public discourse discussing the new law, a qualitative method deemed to be the best fitting approach to produce appropriate and relevant findings. The qualitative research also corresponds with an inductive and bottom-up approach, which lets the data lead the way to meaning-making. Moreover, an inductive process is appropriate for this research as the sense-making lies in the centre of the research, rather than the attempt at locating existing theories in the data. Thus, in order to make sense of the selected data corpus, the qualitative method of thematic analysis has been chosen. necessary.

3.2. DATA SAMPLING

To examine the public discourse in the media surrounding non-domestic SVOD services in relation to the Swiss audiovisual landscape, this research analyses a selection of news articles. To further ensure that the chosen data will indeed concern itself with foreign streaming companies and their integration into the Swiss system, it was decided to utilize the topic of the adjusted film law as a guiding force. Since the adjustment of the film law

specifically addresses foreign streaming companies that target Swiss citizens (Schelb, 2022), this served as a useful consolidation to examine the interplay between the domestic audiovisual industry and non-domestic media players that penetrate the domestic market.

To attain a both feasible and significant assortment of different newspapers, the selection of media outlets was done in consultation of the Swiss Medienqualitätsrating (media quality rating) of 2022 (Vogler et al., 2022). The media quality ranking is executed every two years to promote awareness of media quality not only among readers, but also among the media outlets themselves (Medienqualität Schweiz, n.d.). It measures quality of reporting but also the level of satisfaction of the readers, and functions as a guidance for the Swiss media landscape. The ranking assesses information outlets in press, radio, television, and online that have the widest coverage in the country. Using the ranking for sampling therefore ensures that the analysed outlets have a certain scope of both popularity and audience reach. It also guarantees a level of quality of the chosen news outlets and prevents any potential personal bias of the researcher towards some newspapers.

The aforementioned ranking categorises the analysed media into four groups: Tages- und Onlinezeitungen (daily and online newspapers), Sonntagszeitungen und Magazine (Sunday papers and magazines), Boulevard- und Pendlerzeitungen (Boulevard and commuter papers), and Radio- und Fernsehsendungen (radio and television programs). In an effort to be feasible and to stay coherent within one type of media coverage, this research focusses on written press only. Thus, the last group was not considered in the sampling. For the sampling, the individual outlets were chosen according to the following criteria: (1) They scored 70 or more points in the general quality ranking and/or (2) lead the ranking in their respective group, and (3) were in German. All but one of the group winners scored 70 or more points, which means that conditions (2) and (3) were almost fully overlapping. Nevertheless, to achieve a diversity in types of media outlets, it was decided to include the group winners in the data sampling. In the end, this sampling resulted in eight newspapers: Four daily and online newspapers: *Neue Zürcher Zeitung*, *nzz.ch*, *Der Bund*, *Tages-Anzeiger*; three Sunday papers and magazines: *WOZ – Die Wochenzeitung*, *NZZ am Sonntag*, *Die Weltwoche*; and one online and commuter paper: *Watson*. The articles analysed, the data corpus, were then retrieved through the online portal SMD Schweizer Mediendatenbank (Swiss media data base), who kindly allowed access for the purpose of this research. To find articles dealing with the topic of the film law, the two terms ‘Lex Netflix’ and ‘Filmgesetz’ (film law) were used in the ‘titles’ search bar, which includes series titles, dateline, main headings,

subheadings, lead texts, and intertitles (Schweizer Mediendatenbank SMD, n.d.). Using this search field ensured that the found articles dealt with the topic in depth. Further, the search was not limited to a specific time frame in order to achieve a data corpus that is as topical as possible.

The resulting dossier then included 231 articles (104 for ‘Lex Netflix’ and 127 for ‘Filmgesetz’) and was cleaned by leaving out texts that were less than 250 words in length, articles that were just simply reporting on voting results, pieces that dealt with an outdated version of the film law, and doubles of the same outlet. Doubles or near-doubles that were published in different outlets were accepted. In the end this resulted in a selection of 76 articles whose publication dates reached from May 31st, 2019 to October 31st, 2022, and which consequentially were coded on the basis of thematic analysis.

3.3. THEMATIC ANALYSIS

The data was analysed with the method of thematic analysis according to Braun and Clarke’s (2006) approach. This particular method helps recognizing recurring themes in a dataset, which then are analysed and related to each other, and finally reported. Considering that this research aims at detecting recurring themes that are linked to the integration of foreign SVOD services, this method fits best. Moreover, this thesis intends to touch upon underlying meanings regarding the integration of non-domestic streaming services into a national media landscape, which emerge in data set, hence why this type of qualitative method is appropriate. The analysis of the data then focussed on the framing of non-domestic streaming services, their practices, and their implications in relation to the Swiss audiovisual market and the Swiss film industry.

Furthermore, the thematic analysis was done at a what Braun & Clarke (2006) call a latent level. This means that the identification of themes goes beyond that of a semantic level and aims at also crystalising implicit assumptions, values, and views within the media coverage. This is especially helpful when identifying codes and themes that are relate to the theoretical frameworks without explicitly stating so.

With choosing this method, this research also acknowledges the value of media coverage while studying media and communications, and media policies in particular as stated by Schweizer (2019). Moreover, media content analysis is able to effectively capture the public discourse about a policy, which is very much the goal of this paper (Schweizer, 2019). It can be expected that public discourse about the *Lex Netflix* reveals something about

the role ascribed to foreign streaming services within the Swiss audiovisual media system. This is based on the fact that the analysed press coverage also functions as a public space strongly intertwined with public life, which Hodgetts and Chamberlain (2013) point out in their deliberation of using news media as data. In that regard, the media in this research also informs Swiss citizens about the specifics of a vote and thereby fulfils its democratic function. Schweizer (2019) also states that studying media coverage helps understand what is conveyed in mass media and what 'reality' is publicly available. However, it is also important to acknowledge that media coverage does not simply reproduce reality. What is being found, still refers to the constructed reality conveyed by the media itself and not *reality* itself. Furthermore, Schweizer (2019) also mentions that press coverage might affect policy-making in a very direct sense. In the specific case of Switzerland this is might very well be the case, as news articles directly shape the public's opinions and values, and are therefore very likely to influence their voting habits.

Furthermore, the analysis will be approached within the traditions of *critical media industry studies* as proposed by Havens et al. (2009). Within this methodology, power plays an integral role, which specifically relates to this research regarding the notions of cultural imperialism and platform imperialism. After all, policies – and especially the one discussed in this research – confront power relationships, and the meaning-making of those policies exposes perceived power distribution and power (im)balances within a specific context. Moreover, critical media industry studies understand the analysis of discourse as the creation of knowledge which then can be translated into power (Havens et al., 2009). Finally, and most importantly, critical media industry studies understand popular culture and entertainment as a significant factor of society and acknowledge the significance of their political, economic, and social dimensions (Havens et al., 2009).

Studying the media industries in general, and the public discourse about non-domestic streaming services in particular, is also socially relevant as both mirror ongoing developments in the media industry and therefore the public sphere. Media have long been ascribed an essential role within the sociocultural sphere (Havens et al., 2009). Therefore, studying media industries also means studying and aiming to understand not only how audiovisual content shapes us as a society, but also how this content is produced and how it reaches its audience (Havens & Lotz, 2017). While media companies, including streaming companies, operate in a commercial environment, they still are some of the most important conveyors of cultural goods, that in turn help frame, make sense of, and engage with one's

social and political environment. Furthermore, media industries are both part of national and global economies and simultaneously contribute to political discussions and world views through the content they publish, broadcast, or release (Havens & Lotz, 2017).

3.4. OPERATIONALIZATION

In order to guide the analysis process and to answer the research question, special attention was given to several key aspects, which function as the translation of the theoretical concepts discussed before in this research. Firstly, the notion of *digital disruption* was looked for through mentions of general change, such as change in technology, change in consumption, and changes in industry practices. Secondly, the notion of *transnationalisation* can be translated into several different concepts that will be looked for in the data: For example, through the mentioning of existing transnational practices of SVOD platforms in its penetrated non-domestic markets other than Switzerland. This especially applies to practices in the German, the French, and the Italian markets, considering their linguistic (and cultural) closeness to Switzerland and their strong audiovisual industries (Cucco & Dagnino, 2018). So far, practices by SVOD companies usually involve these countries rather than Switzerland, as a spill over from bigger markets to smaller markets is much more likely than the other way – and because they have investment obligations already in place (Cappello, 2022; Kostovska et al., 2020). Practices in similar markets regarding audience-size (like Portugal or Israel) can also potentially be observed in the data. These observations are especially valuable as practices of SVOD services in Switzerland are still scarce. Generally, the topic of transnationalisation is being operationalised through comments that go beyond the Swiss border or put the Swiss industry into an international context: For example, comparisons to regulation and policies in other – mostly European – countries, comparison of Swiss filmmaking to foreign content, international potential of the Swiss film industry and mentions of an international reach promised by international distribution services. The latter three instances are also combined in the idea of international competitiveness, where the potential of Swiss filmmaking for both local and global audiences is discussed. Here the transnational identity of streaming services, as pointed out by Jenner (2018) for example, comes into play: Ideally, content appeals both to a local and a global audience simultaneously for it to be successful and profitable for a transnational streaming service (Kim, 2022; Medina et al., 2022). Furthermore, comparisons to other European countries help assess the meaning of streaming services in Switzerland in a pan-national context. Within the transnational

approach notions of national identity will also be looked for. For example, the potential presence of a national identity in the data can be understood as a somewhat contrast to transnationalisation, as it emphasizes the existence of national borders.

Thirdly, the notion of *cultural imperialism* and *platform imperialism* will be operationalized through mentions of threats by foreign supremacy and general mentions of foreign dominance. The notion of foreign supremacy can be operationalized in several different forms: Financially for example, where it refers to foreign companies that make revenue in Switzerland, without having to pay any form of taxes or reinvestment. Generally, mentions of financial outflow to a dominant player can be seen as indicators of imperialistic traits. However, the idea of cultural imperialism and platform imperialism can also be read culturally, for example with remarks about the supremacy of foreign content as opposed to Swiss content.

Finally, the notions of *media policies and regulation* are for example operationalized through concrete mentions and discussions of the regulation itself and comments about fairness, such as the general mentioning of a level playing field, fair conditions for Swiss filmmakers, and equality particularly between domestic and non-domestic actors – to specifically keep in mind the in this paper central notions of cultural imperialism and platform imperialism.

In conclusion, the operationalized concepts investigated throughout the research, often relate to some kind of power relationship between different actors. These power relationships are for example present between global streaming services and national players, between Swiss content and American content, or between Swiss and non-Swiss audiovisual market power.

4. FINDINGS

When analyzing the data a few themes can be detected that are relevant in order to find an answer to the question of the public discourse about non-domestic SVOD services' integration into Switzerland. They can also be related back to the theoretical frameworks introduced earlier in this paper. The found patterns can be arranged into three main findings which all shed a light on the meaning given in the public discourse to SVOD services within the Swiss media system and the relationship between the two actors. The first is labeled here as *foreign SVOD services' consequences for the Swiss film industry* and encapsulates patterns that have to do with implications for the Swiss film industry itself and Swiss filmmaking

itself. However, due to the international character of the research, the found patterns here are also put in an international context. Yet, the patterns originate in Switzerland first, which is an important distinction to be made compared to the second main theme. The value given to Swiss productions and the meaning of Swiss content for Swiss filmmakers, and Switzerland's representation abroad through its production also play a role here. The second one is categorized as *external international influences from SVOD services* and includes practices that originate abroad. The observations described in this second main theme are again ascribed to foreign SVOD services and are a direct consequence of their international expansion. Lastly, a main theme of *how fairness plays a role in integrating foreign SVOD companies* was detected and will be discussed. This last pattern entails different mentions that refer to equality between different actors within the environment of foreign streaming companies. The three main themes and their sub themes will be discussed here and be linked back to the theoretical frameworks to meaningfully connect academic theory and the data.

4.1. FOREIGN SVOD SERVICES' CONSEQUENCES FOR THE SWISS FILM INDUSTRY

In the first main theme, the focus is put on consequences on the practices in and by the Swiss film industry mentioned in the discourse. While it is often in context to other countries, the sub-themes here all deal with (potential) practices that originate from Switzerland and that have direct implications for the Swiss industry itself. Thereby, the Swiss audiovisual market, the Swiss industry, and Swiss filmmaking in general are in focus throughout this first main theme.

4.1.1. SVOD and the international potential of Swiss filmmaking

One recurring subtheme within the bigger theme of *foreign SVOD services' consequences for the Swiss film industry* is the mentions of international potential of Swiss filmmaking. On the one hand, this is the international potential that already exists and would be brought to an international stage by SVOD services. On the other hand, it refers to the international potential that wants to be proven by Swiss filmmakers through the promising exposure of non-domestic streaming services. While some quotes frame the potential to be a fact already, the theme also shows that Swiss filmmakers want to be international and are eager to show it. When mentioning those two traits of international potential, they are mostly connected to the fact that this potential will be either actualized, further supported, or

improved by non-domestic streaming services through the new financial resources and their wider audience reach, both of which would be enabled by the new regulation.

Firstly, mentions of the *existing* (international) quality of Swiss film productions or Swiss film personnel is mostly done through mentions of Swiss content or Swiss talents that are illustrated as *good*, even on an international level. This is done through stating that internationally successful Swiss content does in fact exist, or through specific examples of series or films that were also successful abroad: “They exist, those stories of success. Swiss filmmakers can and should be self-confident (Es gibt sie also, diese Erfolgsgeschichten. Schweizer Filmschaffende dürfen und sollen selbstbewusst auftreten.)” (Appendix A, Article 16, para. 17) “The series [*Tschugger* (Constantin & Frey, 2021)] will soon be seen in Germany and Austria, an English version is also planned, that will run worldwide (Die Serie [*Tschugger* (Constantin & Frey, 2021)] wird bald in Deutschland und Österreich zu sehen sein, geplant ist auch eine englische Version, die weltweit läuft.)” (Appendix A, Article 16, para. 14). These exemplary quotes illustrate what the subtheme is recurrently stating: The Swiss audiovisual content and its makers are internationally viable and Swiss filmmaking can and wants to be on an international stage. Other examples of this pattern in the discourse are more concerned with the existing quality of individual filmmakers: “And Switzerland? What can it offer? Internationally sought-after individual talents. A director like Lisa Brühlmann, who effortlessly made her way into the American series machinery with her feature film ‘Blue My Mind’ as her calling card and has already been nominated for an Emmy. (Und die Schweiz? Was hat sie zu bieten? International gefragte Einzeltalente. Eine Regisseurin wie Lisa Brühlmann, die mit ihrem Spielfilm «Blue My Mind» als Visitenkarte spielend den Einstieg in die amerikanische Serienmaschinerie geschafft hat und auch bereits für einen Emmy nominiert wurde.)” (Appendix A, Article 15, para. 5). This example effectively illustrates the discourse about international potential available in Switzerland, which therefore positions Swiss filmmaking as worthy of international collaborations with non-domestic media companies. The mentions of this subtheme are mostly connected to an argument for the regulation and are often used to motivate people to vote in favor of the law.

Secondly, the theme of international potential is detected through mentions of Swiss filmmakers’ *motivations and goals* to work in an international context and for an international audience. Rather than speaking of existing quality, it refers to future potential and therefore takes a look into a possible – and positively framed – future: “That way [with the investment obligation] our films would find significantly easier access to the international

market and a way to the wider world. Who wouldn't want to support this? (Damit [mit der Investitionspflicht] finden unsere Filme einen bedeutend einfacheren Zugang zum internationalen Markt und einen Weg in die weite Welt. Wer wollte das nicht unterstützen?)” (Appendix A, Article 2, para. 11). This quote exemplifies the want for an international stage and simultaneously points out the inherently positive character thereof. Additionally, the themes also speak of Swiss filmmakers wanting to prove themselves in front of an international audience “[We want to] export films and series. ([Wir wollen] Filme und Serien exportieren.)” (Appendix A, Article 3, para. 5). The eagerness of the Swiss film industry therefore also locates Swiss filmmaking in an international context and thus worthy of international attention. Within this pattern, the public discourse also expresses the notion of opportunity, which would be further enhanced by the foreign streaming companies’ investment in the country.

This recurring sub-theme of *SVOD and the international potential of Swiss filmmaking* can be related to the theoretical framework of *transnationalisation*. The discourse here clearly shows the possibility, prospect, and willingness to put Swiss filmmaking in a transnational context: The public discourse states that Swiss filmmaking can and will appeal to both a local and an international audience alike, and that Swiss stories are very much exportable, and therefore – in the words of Esser (2002) “cross-border” (p. 13) of nature. Besides speaking of specific films and series, the theme also includes the international potential of Swiss talents, such as director or actors. The notion of transnationalisation is comparable here, as both a local and international appeal is simultaneously being attributed to the individual persons. The ongoing duality between a local production or a local talent and their international appeal therefore very much relates to the idea of transnationalisation as introduced in the theoretical part of this paper. By pointing out the international potential, both productions and talents are being ascribed a character and appeal that crosses national borders as was apparent in both Esser’s (2002) and Chalaby’s (2023) theoretical reflection of transnational television. There is a quote by a Swiss film director in the data that poignantly concentrates this idea in one sentence: “[We want to] tell Swiss stories with a universal core [Wir wollen] Schweizer Geschichten mit einem universellen Kern erzählen.” (Appendix A, Article 3, para. 5). Here the recurring, dual notion of both a local or Swiss and a universal character is mentioned. Thus, by putting them together the Swiss potential for an international stage and audience is shown. Therefore, a strong link to the ambiguous theoretical notion of transnationalisation is evident. Furthermore, both Esser (2002) and

Chalaby (2023) state that transnationalisation overcomes national borders but at the same time acknowledges them. Again, this duality and concurrency is very much present in this subtheme. This simultaneity can also be paralleled to the fact that SVOD companies, such as Netflix as described by Jenner (2018), integrate into national media systems but at the same time stay a global company. Therefore, they are, similarly to the Swiss content and talent described in this subtheme, local and global at once. This also evokes similarities to how Lobato and Lotz (2020) question the companies' geographical identity within the notion of transnationalisation: Simply put, productions with international potential are both Swiss and international simultaneously, while transnational streaming companies are at the same time American, international, and even local. In conclusion, based on the theme described here, it can be inferred that the public discourse aims to show that the Swiss film both internationally competent and willing to prove it. Thus, this theme entails that foreign streaming services represent an opportunity for Swiss filmmaking, as a sort of *window to the world* that has the potential to show Swiss filmmaking to a much broader audience than usual and that can prove that it is internationally viable.

In this context, it is noteworthy to mention that exports from the Swiss film industry to foreign countries – both in the form of productions and talents – are considered a sign of success. If a Swiss content is sold to an international distributor or celebrates international festival successes, or a Swiss director or actress find work abroad, it is seen in the discourse as an accomplishment. At the same time, a Swiss talent that goes abroad is framed like a loss for the Swiss industry, and also as a testimony of failure of the Swiss film industry to stay relevant and attractive for its own people. It can therefore be concluded, that transnationalisation in this theme of the public discourse is attributed a positive character.

It is also worthy to briefly mention, that in the public discourse a strong theme of criticism of Swiss filmmaking could also be detected. However, as it is not directly concerned with the integration of foreign streaming services in Switzerland, the theme was deemed as too irrelevant for this research for its own chapter. However, it is still applicable to briefly mention its relation to the theme of *international potential* here to put it into a larger context. Part of the public discourse also often criticized the quality of Swiss filmmaking – especially articles that showed a negative stance against the law –, therefore this emphasis of the international potential of Swiss filmmaking also can be seen as a response to that recurring negative pattern.

4.1.2. SVOD as a necessity for the international competitiveness of Swiss filmmaking

Another recurring theme within the consequences in the Swiss film industry can be summarized in the notion of *SVOD services as a necessity for the international competitiveness of the Swiss filmmaking*. At first sight this theme might seem to overlap with the previously described one. However, this theme is concerned with *necessary* conditions for the Swiss film industry to be internationally competitive. Whereas the previous theme was about the *want* to be and to be perceived as international, this theme is more about the *need* to be – or rather – become international. It can even be said that the theme is expressed through a necessity for the survival of the Swiss film industry and therefore has a rather acute character. The subtheme therefore inhabits a sense of urgency and has a highly essential trait. This can be seen in the data for example as follows: “Only this way [with the introduction of the new law] can Switzerland remain competitive as a place for film productions, wrote Cinésuisse, the association of the film and audiovisual industry, in October. (Nur so [mit Einführung des neuen Gesetzes] könne die Schweiz als Ort für Filmproduktionen wettbewerbsfähig bleiben, schrieb dazu im Oktober Cinésuisse, der Verband der Film- und Audiovisionsbranche.)” (Appendix A, Article 8, para. 7). With for example describing the new law as the only way, the theme clearly shows a high level of urgency. Other quotes are “Swiss filmmakers see the law as an important pillar, in order to not lose ground to foreign competition. (Schweizer Filmschaffende sehen im Gesetz eine wichtige Stütze, um den Anschluss an die ausländische Konkurrenz nicht zu verlieren.)” (Appendix A, Article 5, para. 5). Again, in this example it becomes clear that SVOD services are ascribed a crucial role for domestic filmmaking. The subtheme here describes the streaming companies as the force that is able to actualize Swiss filmmaking and to ensure its (international) existence. The sentiment of urgency is recurring and is expressed in various ways: “But it would be high time to finally catch up (Dabei wäre es höchste Zeit, endlich aufzuschliessen)” (Appendix A, Article 4, para. 7). The urgency is clearly present throughout the subtheme, and one could even say that SVOD services are ascribed the role of the savior – even if this role needs to be legally forced.

This subtheme encapsulates chances emanating from transnational distributors on the one hand, but also the necessity to keep a national film industry from losing its relevance on the other hand. Therefore, this theme can be connected to the theoretical framework of *transnationalisation* as well since it addresses the need for both international and national elements for an industry to be culturally and economically relevant. Again, the transcending

of national borders as seen in Esser (2002) and Chalaby (2023) is present here. More specifically, the cross-border flow of financial means which then in turn enables the transnational flow of audiovisual content. Moreover, the subtheme entails the call for foreign support, whose fundamental origin can be found in the streaming companies' transnational expansion. Simply put, the streaming services' transnational expansion only make the needed support possible. Thus, the streamers' transnational expansion is required for the Swiss film industry to firstly survive and secondly to keep up internationally. The underlying assumption that Switzerland is dependent on the big streaming companies in order not to get left behind by American media commodities, but also especially by other non-American content, is supported by the increasing investment into local content by those companies – with Netflix famously leading the way (Afilipoaie et al., 2021; Albornoz & García Leiva, 2021; Edgerton, 2022; Iordache, 2021; Jenner, 2018). For example, after the success of the Spanish series *La Casa de Papel* the streaming giant felt validated in the viability and even potential of non-English content (Edgerton, 2022). Scholarship on Netflix' transnational practices, such as Kim (2022) in South Korea, Medina et al. (2022) in Spain, or Wayne and Castro (2021) in Spain and Israel, show that investment into non-American, local content is a fact. However, where exactly this investment is and will be made, is to be decided and thus, the subtheme discussed here suggests that Switzerland needs and wants a piece of the transnational streaming cake. At the same time, it must not be forgotten that the streaming services' transnational expansion is also what *forced* the Swiss film industry to want a piece of the cake. Without the transnational expansion of streaming services, there would be less need for the Swiss film industry to manage to be part of their transnational expansion. Considering that in the public discourse the SVOD services' potential interest in and support of Swiss film production, which both would be stimulated by the investment obligation, are framed as a necessity, they are therefore also seen as mostly approving of the new law.

While the notion of transnationalisation seems to be an obvious connection, it is also worth looking into the framework of *cultural imperialism* and *platform imperialism* in relation to the subtheme discussed here. At first, it seems that the concept of platform imperialism, emanating from the streamer companies is non-existent. Again, the value given in the public discourse to non-domestic streaming companies in Switzerland is generally positive within this subtheme. In this specific case, foreign SVOD companies are rarely perceived as something potentially threatening to the national film industry. On the contrary, here the intervention by big streaming companies is framed as a way to even prevent cultural

imperialism by other countries of production. However, in the data it is also occasionally implicitly mentioned that the potentially imperialistic practices by other national industries are facilitated by the very same streaming companies that would help prevent those practices. The main essence of this subtheme is however, that the Swiss film industry must not miss out on this opportunity and greatly is in need of SVOD services to be internationally competitive and viable.

This notion of urgency in preventing cultural imperialism is exacerbated by the fact that Switzerland has strong cultural and linguistical similarities with not only one, but three neighboring countries. As Cucco and Dagnino (2018) have mentioned the three countries – Germany, France, and Italy – are also strong in audiovisual production, especially film. Therefore, Switzerland is at greater threat of cultural imperialism by its neighbors, which also aligns with Puppis' (2009) findings about small countries, that do not have an exclusive language.

Therefore, with the notion of cultural imperialism in mind, this theme e indicates the paradox character that streaming companies are ascribed to by the public discourse when examining their integration into local media industries. However, imperialistic traits are here not directly associated with non-domestic streaming companies themselves, but rather with other – mostly stronger and culturally similar – national audiovisual industries.

4.1.3. SVOD services as a potential threat to the Swiss film industry

A large part of the public discourse about SVOD services' integration into the Swiss film industry and its consequences reflects on the production stage of the industry. This is especially aptly when discussing the direct advantages of the law's implementation on the national industry. This seems logical at first, as the investment obligation foresees either a levy paid directly to the Federal Office of Culture's film fund, locally commissioned productions by the streamers, or acquisition of Swiss content by the streamer (Schelb, 2022). Therefore, two out of the three possibilities are directly linked to the production phase. It is therefore appropriate to assume that the new law would enable SVOD services to have their strongest (and most direct) implications for the Swiss film industry in that stage, rather than distribution or exploitation. However, as mentioned, licensing and acquisition of existing content is also a potential outcome, as the new law would leave it up to the foreign players in what specific way to invest. In any case, it is important to recognize that the implications would not only concern the production sphere, but also players in distribution and exhibition.

It is here, where the discussed subtheme of *SVOD services as a threat to Swiss film industry* builds on. It includes consequences for the Swiss cinema and distribution sector, as well as warnings of working conditions when Swiss filmmakers are collaborating with non-domestic streaming companies. In the complete data set, discussions concerning the distribution and exhibition sector were outnumbered by deliberations that related to the film production. Thus, it is noteworthy that these sectors primarily appear in the specific context of *SVOD services as a threat to Swiss film industry*.

The first pattern of threat in the public discourse brings up the question of what the consequences are if streaming giants acquire local films or series. The content then, due to the streamers' exclusive rights, would not be released in local cinemas or on local broadcasting and would therefore circumvent both local exhibitors and local distributors. This subtheme is sometimes described as a hidden risk that is being omitted by the proponents. Obliging international streaming companies to invest into Swiss filmmaking is here framed as something potentially threatening. The theme therefore questions the relatively positive depiction of SVOD companies in the previously discussed themes. The theme of threats by SVOD companies includes quotes such as: "But one should not fool oneself: For the cinemas, but also for the distributors, the loss of domestic top sellers would be devastating (Nur sollte man sich nichts vormachen: Für die Kinos, aber auch die Verleiher wäre der Verlust der einheimischen Zugferde verheerend.)" (Appendix A, Article 17, para. 15). Here it is even inferred that the concern for exhibitors and distributors is often overlooked – even by the industry itself. Other examples from the data are: "Nevertheless, everything has its price – and in the end, it is to be feared, the cinemas will pay. (Trotzdem hat alles seinen Preis – und am Ende, so steht zu befürchten, bezahlen hier die Kinos.)" Appendix A, Article 17, para. 7). Here the ambivalent character of streaming companies' interference in the national industry is clearly expressed. It is clearly mentioned here that their engagement in the local audiovisual market cannot only be perceived as something positive for the local industry. Furthermore, the theme also connects these threats in the distribution sector back to the production stage, the filmmakers, itself: "The distributors, the cinemas and their audience become the cheated, as do the filmmakers by the way. (Die Verleiher, die Kinos und deren Besucher werden zu Geprellten, wie übrigens auch die Filmschaffenden.)" (Appendix A, Article 11, para. 7). The pattern shows a clear notion of skepticism towards streaming companies and their influences on the whole local audiovisual industry.

Other kinds of threats that are mentioned in the data, discuss the dependency on the streaming companies. This reliance is often stated in relation to the creative processes, where the foreign company ultimately has the decision-making power and would potentially transform local filmmakers into mere commission workers. This is illustrated by quotes such as the following: “Streamers produce mass commodities, Swiss filmmakers are deluding themselves. (Streamer machen Massenware, Schweizer Filmschaffende machen sich Illusionen.)” (Appendix A, Article 3, para. 12). Here the public discourse clearly expresses concern about the foreign streaming companies’ practices and their compatibility with Swiss filmmakers. Another illustration of the streaming companies’ incontestable (and incompatible) authority is embodied in mentions relating to their unmatched financial means that potentially leaves out other competitors: “Therefore, a loss in revenues of four percent, endangers the existence of small film services. The market dominators, on the other hand, are making the most of it by betting on exclusive rights in the future, at a typically unaffordable price for the industry (So gefährdet eine Umsatzverminderung von vier Prozent die Existenz von kleineren Filmanbietern. Die Marktbeherrscher hingegen holen das Beste heraus, indem sie künftig etwa auf exklusive Filmrechte setzen zu einem für die Branche meist unbezahlbaren Preis.)” (Appendix A, Article 11, para. 7). In this specific subtheme the public discourse makes it clear that the streaming companies would still be in power and that Swiss filmmakers need to follow suit. Here the public discourse shows their position of power therefore as undisputed – even when adopting the new law.

When examining the specific threat to exhibitors and distributors, the notion of vertical integration is evident, as it results in full control and exclusive rights by the streaming company. As Havens and Lotz explain (2017), vertical integration leaves out any other players as it consolidates all stages of (in this case) filmmaking – from production to exploitation – within proprietary services, similarly to what the public discourse describes in this subtheme. As seen in Davis’ (2021) examination of what he calls Netflix imperialism, vertical integration is one of the tools the streaming giant supposedly utilizes for its imperialistic traits.

Moreover, the entire theme of threats posed by SVOD services can be related to the notion of *platform imperialism*. The public discourse here conveys a clear presence of a power imbalance between foreign SVOD companies, other nation’s industries, and Swiss filmmakers. The discourse hereby claims that foreign companies utilize their position of power to eliminate competition and to achieve dominance – whether through vertical

integration, and thus leaving out other local players (as seen by the threat to exhibitors and distributors), or through their ‘cultural’ power, meaning them being ultimately in charge of creative decisions.

4.2. EXTERNAL INTERNATIONAL INFLUENCES FROM SVOD SERVICES

The second main theme is dealing with international influences and practices that originate from abroad and are a result of SVOD services integration into Switzerland or other markets. This differs from the first main theme in the sense that this time foreign forces are in focus but are then connected to Switzerland. Here it is Switzerland or the Swiss market that is secondary or passive, whereas practices and actions originating from abroad are in focus in the detected sub-themes, which will be elaborated below.

4.2.1. Revenues generated by foreign SVOD companies in Switzerland

Within the main theme of external international influences, one recurring sub-theme is consolidated within the label of *revenues generated by foreign SVOD companies in Switzerland*. More specifically, the theme focuses on the fact that non-domestic companies are earning – often high – revenues in the country. This theme was often accompanied by comments about profits leaving the country entirely – since there is currently no financial obligation in effect – and by mentions of a needed redirection of this monetary flow. Since most of the concerned companies do not have any physical representation in the country, they are also not subject to taxation in any form. The theme was mostly detected in relation to arguments in favor of the proposed law or as a neutral fact. The pattern can be perceived in quotes such as: “Today, streaming giants generate an estimated revenue of 200 million Swiss Francs per year in Switzerland – earnings, that completely run off abroad (Heute erzielen Streamingriesen in der Schweiz geschätzt rund 200 Millionen Franken Umsatz pro Jahr – Erträge, die restlos ins Ausland abfließen.)” (Appendix A, Article 12, para. 4). The public discourse clearly states here the revenues leaving the country in their entirety and it also often discusses this fact as something that would change with implementation of the law: “The proposal would also ensure that a small part of the revenue generated in Switzerland, would remain in the country (Die Vorlage stelle zudem sicher, dass ein kleiner Teil des in der Schweiz erzielten Umsatzes im Land bleibe.)” (Appendix A, Article 10, para. 7). The financial revenue generated in Switzerland but by foreign companies is therefore a central theme in the public discussion of foreign streaming services. While the law also foresees a

quota of European content on streaming platforms, in the data the financial reinvestment obligation was discussed to much more extent.

It is suitable to relate this theme of foreign revenues made in Switzerland to the notions of *cultural imperialism*. As discussed earlier in this paper on the basis of Jin's (2020) deliberation of the term, cultural imperialism refers to an imbalance between two (more more) cultures. More specifically, it means the concentrated ownership and dominant dissemination of cultural goods emanating from one powerful actor. In the case of this specific theme in the public discourse however, financial means are in focus, not cultural commodities. Therefore, the theme needs to be considered beyond the concept of cultural imperialism or even platform imperialism. Rather, it can be connected to what Jin (2020) calls "Lenin's imperialism" (p. 45) and which functions as a starting point for both cultural and platform imperialism in his work. Jin (2020) mentions that imperialism in general is strongly intertwined with capitalism and expansion. Two aspects that are also found in this subtheme: high revenues made by (oligopolistic) companies (*capitalism*), which are then redirected away from Switzerland, where the revenues were generated, to the company in its foreign country of origin (*expansion*). This results in a further accumulation of financial means within one company at expense of the penetrated local markets and its actors. The growing and capitalistic dominance of the company then can function as a catalyst for cultural imperialism and platform imperialism. This enables a sort of exponential growth of their supremacy. Simply put, with more money a company can produce more cultural goods and is also able to expand their dissemination which then catalyzes their imperialistic dominance. In that way, the public discourse here discusses implicitly imperialistic tendencies by the streaming companies.

The pattern of mining revenues in a penetrated country, without investing in the same, can also be linked to one of Davis' (2021) main pillars of how specifically Netflix allegedly execute platform imperialism: by "a systematic avoidance of accountability to regulation" (p. 2). It needs to be stated however, that in this case, SVOD companies do not technically circumvent regulations, as those currently do not exist. However, the companies' practice (and therefore financial advantage) of not having to pay taxes by not having physical offices in some regions, is still a relevant connection between theory and data.

4.2.2. SVOD exemplifies the complicated relationship between Switzerland and Europe

One of the most frequently recurring themes was the direct comparison specifically in relation of regulations to other, mainly European, countries. The majority of this comparison was instrumentalized as an argument in favor of the regulation, as it referred to existing regulations in those countries. While some comparisons were about the quota regulation, which in the case of the AVMSD applies to the whole European Union, most comparisons were specific to the investment obligations or levies in the individual member states. The public discourse here stated for example: “However, a large part of European countries is already familiar with levies to their indigenous film production. (Dabei kennt ein Grossteil der Länder in Europa bereits Abgaben in die eigene Filmproduktion.)” (Appendix A, Article 13, para. 4). This quote clearly states that most European countries already have some form of a levy in place and therefore depicts it as a common occurrence. Similarly, various quotes aim to directly relate the planned amount of investment to other examples: “The four percent figure is, compared to the rates of nearby foreign countries, very moderate. In France it is 26 percent, in Italy 20 percent, and in Germany there is even a levy in place. (Die 4 Prozent sind verglichen mit den Anteilen im nahen Ausland sehr moderat. In Frankreich sind es 26 Prozent, in Italien 20 Prozent, und in Deutschland wird gar eine Abgabe erhoben.)” (Appendix A, Article 7, para. 2). With listing the percentages of other countries, the public discourse here aims to educate its readers about the conventionality of an investment regulation, by firstly normalizing the investment obligations and secondly by showing that other nations have even higher obligations in place.

However, there are also some comments that mention the same comparison but as a counterargument to the law. Here proponents and opponents simply disagree: While proponents mention that most of European countries have similar or even higher obligations targeting streaming services, opponents argue that this is simply not the case: “Hardly any European countries knows such high obligations, let alone the rest of the world. (So hohe Verpflichtungen kenne kaum ein anderes europäisches Land, vom Rest der Welt ganz zu schweigen.)” (Appendix A, Article 6, para. 1).

In this theme the notion of *cultural imperialism* as described by Jin (2020) can be detected, as it not only touches upon imperialistic traits by foreign streaming services, but also particularly upon the imperialistic potential of Switzerland’s neighboring states. In the data, the constant positive comparison to Europe can be interpreted as an alert to not be left behind internationally. Implicitly, this refers to a threat of cultural imperialism by the

mentioned countries, as it is possible that production in those nations will be favored by streaming companies due to the regulations in place. This again especially applies to the linguistically close countries of France, Germany, and Italy (Cucco & Dagnino, 2018; Puppis, 2009). As Costa e Silva and Lameiras (2022) in their examination of the implementation of the AVMSD in Portugal mention, the directive aims to equip the European audiovisual market with enough tools to oppose foreign dominant forces. It can be inferred therefore that comparisons to the AVMSD in the Swiss press refer to the equipping of the Swiss market to also oppose foreign forces – whether they are other nations or foreign streaming companies. The comparisons to Europa that are used as a negative example can also be brought in connection to *cultural imperialism*: The few negative comparisons warn of Switzerland being too euro-centric and therefore also refer to imperialistic originating from the European Union.

At this point, it is also necessary to point out that the theoretical embedding of this theme comes very close to one of the previously discussed theme of *necessity for international competitiveness*. However, the theme itself is distinctive and not to be confused, as it specifically concerns direct comparisons with European countries. Furthermore, this theme focuses on practices abroad, i.e., the regulations in other countries. Therefore, the themes must be discussed separately, even when they lead to a similar theoretical conclusion.

While this theme can seem unrelated to foreign SVOD companies' practices, it is still a relevant theme for this research. First, the comparison made to other European countries was an omnipresent theme in the data, which shows a clear significance for and in the public discourse. Secondly – and more importantly –, the comparison is a direct result of foreign streaming companies' practices, more specifically their transnational expansion, which Davis (2021) calls “attempts at rapid transnational scaling up within new markets» (p. 2) and was discussed in the theoretical part of this paper. Thus, this theme can also be related to *transnationalisation* as it is a direct result of the streaming companies' international expansion. These comparisons are only possible because of the local investments by streaming companies, which in turn are facilitated by the streamers' transnational strategies. Jenner (2018) for example discusses this in her “grammar of transnationalism” (p. 225) of Netflix: To be a transnational broadcaster, Netflix needs to produce transnational content.

4.3. HOW FAIRNESS PLAYS A ROLE IN INTEGRATING FOREIGN SVOD COMPANIES

Since the overall topic of the press articles in the data set was a new law aiming at regulating foreign companies in Switzerland and leveling the playing field, it seems obvious that the notion of fairness will be a dominant theme. However, the specifications of the theme are still very much significant to examine closer.

4.3.1. Equal treatment of domestic and non-domestic companies

The analyzed press articles kept mentioning the notion of fairness strongly in relation to *equal treatment of domestic and non-domestic companies* in a legal sense. This pattern was highly evident through mentions like: “What applies for Swiss TV channels, should also apply to streaming platforms (Was für die Schweizer Fernsehsender gelte, solle auch für die Streamingplattformen gelten.)” (Appendix A, Article 1, para. 7) or “This investment obligation applies not only for domestic film services such as Teleclub or 3 Plus TV, as was case until now, but it also finally includes foreign ones. (Diese Investitionspflicht gilt also nicht wie bis anhin nur für einheimische Filmanbieter wie Teleclub oder 3 Plus TV, sondern sie erfasst endlich auch die ausländischen.)” Appendix A, Article 7, para. 2). An expression of needed equality between Swiss broadcasters or film services, and foreign players is evident in these examples. This theme is again mostly used by proponents of the law and is usually presented as a logical outcome of the increasingly globalized media landscape. In the data, even opponents often acknowledge the good intentions of this, even while still disagreeing with it, often on account of fundamental political convictions as will be discussed in a different sub-theme. The notion of equal treatment goes hand in hand with the notion of ensuring a level playing field for all involved players of a market. This notion of (attempted) equality and fair conditions can be put in direct relation with the academic concept of *media policies and regulations*. Specifically, because policies and regulations are a government’s way of safeguarding the public interest, which entails the economic welfare, the socio-cultural welfare, as well as the political welfare, as described by van Cuilenburg & McQuail (2003). Considering the detected theme of fairness for both domestic and non-domestic companies, the economic welfare seems to be the most applicable: With ensuring equal duties and rights for all involved media companies that target Swiss citizens, the regulation firstly protects the equal economic welfare of the companies involved. Secondly, the data clearly mentions that foreign companies so far have been at an advantage over domestic companies.

Therefore, the theme can also be linked to the social welfare mentioned by van Cuilenburg and McQuail (2003). More specifically, the theme can be interpreted as addressing the domain of the companies' identity that Cuilenburg and McQuail (2003) include in the social welfare: With including foreign companies in national regulations, they are being given a somewhat Swiss identity. The theme therefore speaks of eliminating the systematic disadvantage of domestic players. This aligns with Puppis (2009) examination of media regulation of small states, where he concludes that small states often take an "interventionist approach" (p. 14), rather than letting the market or the competition self-regulate. Since the data not only mentions the existing inequality of companies, but also often calls for equal treatment, it seems to be a fact that the small Swiss market is not able to regulate itself and therefore necessitates governmental intervention.

4.3.2. Fair chances for Swiss filmmakers

Another recurring, yet smaller theme, refers to fair conditions for Swiss filmmakers. Similarly to the previous theme, these fair conditions were always put in connection to the acceptance of the law and were seen as a result of the regulation. While the in a quantitative sense the theme was fairly small, it is still relevant to discuss because it firstly poses an interesting counterpart to the previous theme and secondly directly concerns the Swiss audiovisual industry at its core: The filmmakers themselves.

The theme crystalizes in the data in quotes such as: "But the filmmakers with nerves of steel trust that, in the end, the politicians will opt for an effective law and a fair competitive situation for our industry ... (Aber diejenigen Filmschaffenden mit guten Nerven vertrauen darauf, dass sich die Politik am Schluss für ein griffiges Gesetz und für eine faire Konkurrenzsituation für unsere Branche entscheidet ...)" (Appendix A, Article 3, para. 4). Here the theme shows a clear need for fair conditions for Swiss filmmakers which also implicitly includes that these fair conditions are currently not in place. In another part of the data, the notion of a level playing field occurs: "The domestic industry should be able to work on a 'level playing field' [this is a figurative translation, a literal translation would be to work with 'equally long spikes'], as Alain Berset [Head of the Federal Department of Home Affairs and initiator of the law] phrased it (Die einheimische Branche soll mit 'gleich langen Spiessen' arbeiten können, wie es Alain Berset formulierte.)" (Appendix A, Article 14, para. 2). Throughout the theme, it is the Swiss industry that is described as in need of equality. This suggests that without governmental intervention the Swiss industry is likely to continuously

be at a disadvantage. This relates again back to Puppis' (2009) interventionist approach to media regulation often done by small media markets. This subtheme here suggests that Switzerland is in need of public regulations rather than letting the market regulate itself, otherwise the public discourse would not call for fair conditions for Swiss filmmakers.

Therefore, this subtheme can be related to the theoretical framework of *media policies and regulations*, especially to the economic welfare according to van Cuilenburg and McQuail (2003). Economic, because the theme speaks of equal rules that ensures fair market access and conditions for all players – regardless of their localization, but that target the same audience.

4.3.3. Governmental paternalism vs. liberal freedom of media consumption and commercial practices

Within the topic of fairness, a very strong theme in quantitative terms could be located: the notion of *governmental paternalism vs. liberal freedom of media consumption and production*. In the already discussed theme of *equal treatment of domestic and non-domestic companies* it was shortly mentioned that, while opponents still acknowledge in the data the well intentions behind equal treatment, they still disagree with the law due to different political beliefs: In the data, opponents of the law showed a clear tendency to be against governmental intervention into the private sector. While other themes mostly featured the investment obligation, this particular subtheme often refers to the foreseen 30%-quota of European content that streaming services are obliged to fulfill. Generally, the subtheme mentions an aversion to public intervention and a perception of unfairness that private actors are targeted by governmental interference. Moreover, this notion of unfairness towards private actors can be distinguished into two strands: Firstly, the unfairness towards private commercial companies, as it the theme often mentions that film funding should be the responsibility of the state rather than private players. This can be seen for example in the following quote: “Not with us, say bourgeois youth parties, the state should stay out of streaming services (Nicht mit uns, sagen bürgerliche Jungparteien, der Staat solle sich aus Streamingdiensten raushalten)” (Appendix A, Article 9, para. 1). It is clear that the theme here states the strict segregation of private and public. Secondly, this theme also expresses undesirable governmental intervention in the citizens' private life. In this case, there is a lot of mention of alleged obligatory audiovisual consumption imposed by the government. An exemplary excerpt from the data is as follows: “Additionally he [Christian Wasserfallen,

politician from the Free Democratic Party] explains that this law aims to make ‘compulsory consumption’ appealing, but it ‘does not taste good’ (Ebenso führte er [Christian Wasserfallen FDP] aus, dass mit diesem Gesetz ‘Pflichtkonsum’ schmackhaft gemacht werden soll, aber der ‘schmeckt nicht’.)” (Appendix A, Article 1, para. 2) An aversion against governmental interference into the private life of individuals is clearly evident here.

Both categories of reluctance against governmental involvement can be related to the theoretical framework of *media policies and regulations* – albeit in an opposite way: Most regulations, and certainly the ones at the center of the public discourse here, definitionally necessitate governmental intervention. And again Puppis’ (2009) interventionist approach to regulation in small states should be mentioned here, where active media regulations play a significant role. Puppis (2009) even specifically mentions quota regulations as a way to ensure diversity in content. However, the quota in this specific law refers to European content, so it does not relate to an anticipated national diversity of Switzerland. There is no clear explanation for this, but it can be assumed that a quota of Swiss content would not be feasible and thus futile to legally incorporate. Moreover, the 30%-quota of European content is in line with the EU’s regulations which makes its implementation also more viable (Iordache et al., 2022b).

5. CONCLUSION

It has been shown that, when considering the question of what the public discourse about non-domestic SVOD-Services’ integration into Switzerland is, three main themes can be detected: (1) *consequences for the Swiss film industry of foreign SVOD services*; (2) *external international influences attributable to SVOD services* and (3) *how fairness plays a role in integrating foreign SVOD companies*. The three themes therefore illustrate the back and forth between what can happen in a national or domestic context, the international environment that also influences the domestic market, and an attempted equality between the two. This research examined the integration of non-domestic SVOD services into Switzerland, which ultimately negotiates between domestic forces and foreign forces, and their cooperation. The three detected main themes correspond with that. However, it also needs to be stated that a mere binary perspective of domestic forces on one side and non-domestic forces on the other is too simplistic. Instead, the two agents are in a constant interplay with each other and impact one another. The concluding discussion of this paper can be divided into three main answers, which will be elaborated below. A first answer to the

research question is that the Swiss film industry must be understood in an international context, a second one that the not only SVOD companies must be carefully examined, and a third answer – a somewhat concluding one – states that SVOD companies inhabit a paradoxical role.

Answer 1: The Swiss national film industry must be understood in an international context.

When analyzing the public discourse, it becomes clear that a national media landscape cannot exist in a vacuum anymore. Throughout the data the international context was omnipresent, whether it was through international influences on the Swiss domestic film industry or market, or implications for the Swiss film industry which were also located in the interplay between the Swiss environment and other nations. The third main theme of fairness also addresses its main topic always in an international context. This shows that a strictly national understanding of media markets is not entirely appropriate. Rather, this paper confirms that a transnational understanding of both television and film industry is the more effective way. This conclusion is in line with a vast corpus of academic literature concerning the notion of globalization, transnationalisation, and glocalization: Lobato (2019) explores the international evolution of Netflix in his work *Netflix Nations*, Jenner (2018) takes on Netflix and its role in the new understanding of television, Chalaby (2023) scrutinizes *Television in the streaming era*. While academia therefore is full of examinations of the interplay between the local and the global, the data here confirms this. In academia, the existence of nation states is debated (Calhoun, 2007; Kuipers & de Kloet, 2009). This research however clearly shows indication of national borders, while their perforation is acknowledged. This is in line for example with Calhoun's (2007) hesitations that globalization is truly able to leave behind nationalism and entering a postnational era. This paper has shown that national borders have a purpose, even if it is on the very fundamental level of regulatory frameworks imposed by national governments. In the data, this relates both to regulations in Switzerland, the central topic of the data set, and to laws in other countries, as was seen in particular in the subtheme of *SVOD services exemplify the complicated relationship between Switzerland and Europe*.

Furthermore, the research has clearly shown a few types of connection between the Swiss film industry and the audiovisual industry of foreign countries. The analysis has shown that the Swiss film industry – and its workers – both *wants* and *needs* to function

internationally. The public discourse has shown that Swiss filmmakers want to share their work and their stories with an international audience and that they believe to be able to do so. In that regard the notion of transnationalisation is evident as well, as the public discourse often references the simultaneous local and global appeal of Swiss content. Simultaneously however, the data has also shown a *need* to achieve being international. Being internationally competitive is a clear necessity in the public discourse. Foreign SVOD services are closely associated with both the *want* and *need*. Firstly, Swiss filmmakers can and want to be international and therefore deem themselves as worthy of collaborations with streaming companies. Secondly, SVOD companies are considered necessary for Swiss audiovisual production to be internationally competitive and to not be left behind. Moreover, it is quite telling that this subtheme inhabits a pressing character that assigns SVOD services a fairly serious role.

Answer 2: SVOD companies might not be the only imperialistic threat.

It can be said that the data has shown some imperialistic traits emanating from foreign streaming companies, specifically relating to the concept of *platform imperialism* as discussed by Jin (2020). These traits are most evident in the recurring pattern of *revenues made in Switzerland leaving the country* in their entirety to foreign companies. This shows that without governmental intervention, financial reinvestment by the foreign companies into the Swiss market would be minimal. Therefore, the companies use their dominant status, achieved through transnational expansion, in order to further accumulate power. These imperialistic traits can also be observed in the subtheme of *threats*, where it was shown that foreign streaming companies exert a high amount of control often through practices of vertical integration, which for example Davis (2021) describes specifically in relation to Netflix' imperialistic practices. The notion of vertical integration refers to the omission of non-proprietary players such as cinemas or other broadcasters and is very much present here. Thus, the data indicates through the two discussed subthemes the imperialistic practices employed by foreign streaming companies in Switzerland.

However, it was also found that imperialistic traits not only originate from foreign streaming companies. Other nations also are framed as an imperialistic threat to the Swiss audiovisual industry. The specific imperialistic threats by other countries can be located in the concept of *cultural imperialism* as discussed by both Jin (2020) and Tomlinson (2012). These threats are detectable in the subthemes of *SVOD services exemplify the*

complicated relationship between Switzerland and Europe and SVOD services as a necessity for the international competitiveness of the Swiss film industry, where advancements in other countries are discussed as an indirect threat to the Swiss film industry. Practices by non-European streaming services in those countries are seen as a threat in the sense that if investments are done in those countries, this would eliminate similar investments in Switzerland. Regulations targeting streaming companies in other countries are therefore potentially negative for Switzerland. In other words, if streaming companies are legally obliged to invest in Germany, why would they do the same in Switzerland if they are not bound to do so? Putting no legal regulation in place, while other countries do, therefore, is depicted as fostering culturally imperialistic traits by those other countries. Academic scholarship agrees with this: Puppis (2009) mentions that especially small countries with bigger neighbors that share the same languages are more prone to be dependent on and influenced by those countries.

However, it must also be mentioned that the mentioned culturally imperialistic traits by other – often neighboring – countries found in the data, are caused by foreign dominant streaming companies. These countries as well are under pressure of *platform imperialism* by SVOD services and have put those regulations in place as a way of prevention. The countries' imperialistic tendencies towards Switzerland are therefore a direct result from the practices by internationally expanding foreign streaming services. This is in line with Afilipoaie et al. (2021) concluding remarks that Netflix' investments in Europe tend to underpin already existing power imbalances, such as the ones between big and small markets.

In conclusion, while streaming services are therefore not the only imperialistic threat to the Swiss audiovisual industry and Swiss filmmakers, their central role in facilitating other kinds of imperialistic threats – those emanating from other countries –, must not be neglected.

Answer 3: The public discourse illustrates a paradoxical role of SVOD companies.

As previously mentioned, the public discourse analyzed in this paper points to a presence of an imperialistic character of SVOD companies. However, the notion of platform imperialism is more nuanced and complex than anticipated. The data has further yielded a somewhat contradictory relationship between streaming companies and the Swiss media landscape. On the one hand, the existence of platform imperialistic traits is observable in the data through an imbalance in financial means, the SVOD services' independent and self-contained way of functioning, and their immense popularity. On the other hand, a somewhat

savior role for the national film industry is being attributed to the very same companies. In the data, it is repetitively mentioned that Swiss filmmaking is dependent on those SVOD services, both financially, in terms of wide distribution, and due to their popularity with the public. The promise of an international audience for local content occurs as well in the discourse. Thus, not only can streaming services support local content financially, but also hold the potential of offering a bigger audience that goes beyond the domestic market. Streaming companies therefore have the power of elevating local content. Considering these two traits, it can be concluded that streaming services are both depicted as a suppressor and a supporter of local filmmaking.

The existence of this paradox relationship is also supported by the growing importance of local production for streaming services to be successful in penetrated foreign markets (Afilipoaie et al., 2021): Transnational streaming services often invest in local, non-American content and thus function as a supporter of local content. At the same time however, this local content benefits the companies to grow their business and to become even more global (Iordache, 2022a; Kostovska et al., 2020). Thus, while transnational companies benefit from local filmmaking, they also facilitate it. This paradox relationship can be put somewhat provocatively: Audiovisual national identity can only survive because of the financial support of imperialistic conglomerates. This ambivalent finding is in line with other research about SVOD companies' entrance into national markets, such as Medina et al.'s (2022) analysis of the relationship between Netflix and local creativity in Spain, or Kim's (2022) study of Netflix in Korea. These examinations also find that of streaming companies' integration into national media markets can both be seen as opportunities but also threats, that need to be met with caution. It also becomes evident, both in the data and literature (Costa e Silva & Lameiras, 2022; Iordache et al., 2022b), that from a national perspective streaming companies need to be subjected to regulation. Simply put, a nation should benefit from the companies' opportunities for local filmmaking, but at the same time need to ensure that to this potential is fulfilled in their specific country. It is therefore also implied that streaming companies have economic interests first, and cultural second.

Again, the fact that the data suggests a need to legally bind the companies, implies the existence of some imperialistic traits. In the end, it is also their powerfulness that incentivized the government to include them in the regulatory frameworks.

Future research

Seeing that the developments in the audiovisual industry, and especially in the streaming sector, are ever-changing, it would be interesting to research the streaming companies' role and influence in a few years' time. Especially bearing in mind that the rise of streaming might be stagnating (Cranz, 2022), it could be fruitful to examine their role again in a few years. Similarly, it would be highly rewarding to examine the transnational SVOD companies position in the Swiss audiovisual in a few years. That way the consequences of the new law could be examined, and it would be known if the streamers have indeed been incentivized to invest in local content production, if they focused mainly on acquisitions, or if they might even settle for paying the levy directly to the federal office. Furthermore, it will be meaningful to assess if distributors and cinemas were indeed affected as negatively as feared by some.

Other future research also could focus more on the role that national identity plays when producing as a local filmmaker for an international streaming service. As it was discussed in the conclusion, national film identity and powerful foreign media companies share a somewhat paradox relationship. While the powerful media companies are becoming more and more transnational – and thus less explicitly local –, they are at the same time facilitating and supporting local filmmaking through their financial means. This is especially evident as other funding sources are decreasing. In the context of identity of media services, the notion of cosmopolitanism, that Chalaby (2023) brings up in his vast deliberation of globalization and streaming, promise a fruitful concept to link to this research.

Furthermore, it would also be fruitful to have a quantitative analysis of the correspondence of SVOD companies' local investment and obligations in those territories. That way it could be examined how legal frameworks indeed incentivize streaming platforms to invest locally. This type of research could also contribute to definitely revealing whether streaming platforms follow economical rather than cultural interests.

Limitations

This research of course has its limitations. Firstly, in terms of the data set, which only considered articles in German. It can be assumed that research that also incorporates articles written in French and Italian would yield a more complete picture of the streaming companies' integration into Switzerland. Furthermore, including other types of media coverage, such as television reports or radio programs, into the data corpus would also

generate more nuanced findings. Similarly, an examination of social media posts would go even more into depth as this would expand the public discourse with discourse by private individuals. To focus even more on the meaning of SVOD services in the context of Swiss filmmaking, a researcher could also go directly to the source and carry out in-depth interviews with industry professionals, such as directors, producers, distributors, or exhibitors. However, this would have slightly pivoted the focus from the public discourse to the discourse within the industry.

As it is the case with qualitative research, outcomes change depending on the researchers' background and bias. In particular, the presentation of the themes – their detection and subsequent arrangement – represents a snapshot of the best fitting structure at the time of analysis rather than an absolute truth. Since qualitative research is a very much iterative process, the organization of themes might very well deviate when reproducing the same analysis by the same researcher at a different point in time.

Therefore, at this point it is necessary to briefly reflect on the bias of this thesis' author. It must be noted that prior to completing the Master's program, of which this thesis is the final part, I considered myself as being part of the Swiss film industry due to my long-term professional commitment at the Zurich Film Festival. The referendum as well as the ensuing public vote was heavily discussed in my immediate surroundings. Additionally, I have to acknowledge that my environment was very much biased towards an approval of the law, as a lot of individuals in my surroundings were directly affected by the outcome of the law. While my professional experience during the time surrounding the vote was in the film festival context and therefore shielded me from direct influence by the vote, there was still a silent agreement on being in favor of the law. This detail also adds a bit of nuance, considering that distributors and exhibitors are part of this surrounding, but might be influenced negatively by the new law, as was discussed in the findings.

So, SVOD – are they friend or foe?

Finally, to answer the question if SVOD services indeed are friend or foe, the short answer is: It is complicated (*It's Complicated* incidentally is also a licensed film currently available in Netflix' catalogue). It can be said that the public discourse about SVOD companies is mostly optimistic, albeit cautious at the same time. While in the Swiss public discourse they are seen as a new playing field of opportunities, it is also evident that their integration needs to be met with caution.

REFERENCES

- Afilipoaie, A., Iordache, C., & Raats, T. (2021). The 'Netflix original' and what it means for the production of European television content. *Critical Studies in Television*, 16(3), 304–325. <https://doi.org/10.1177/17496020211023318>
- Albornoz, L. A., & García Leiva, M. T. (2022). Netflix originals in Spain: challenging diversity. *European Journal of Communication*, 37(1), 63–81. <https://doi.org/10.1177/02673231211012174>
- Borg, M. (2022, April 12). *Lex Netflix: Is Swiss cinema at a cultural crossroads?*. SWI swissinfo.ch. <https://www.swissinfo.ch/eng/culture/could-funding-from-streaming-platforms-give-swiss-cinema-a-boost-/47457212>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bundesamt für Kultur (BAK) [Federal Office of Culture]. (n.d.). *Implementation of the amendment to the Film Act*. Bundesamt für Kultur (BAK) [Federal Office of Culture]. <https://www.bak.admin.ch/bak/en/home/cultural-creativity/film1/aenderung-filmgesetz.html>
- Burroughs. (2019). House of netflix: streaming media and digital lore. *Popular Communication*, 17(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1343948>
- Cabrera Blázquez F. J., Cappello, M., Talavera Milla, J., Valais, S. (2022). *Investing in European works: the obligations on VOD providers*. European Audiovisual Observatory (EAO). <https://rm.coe.int/iris-plus-2022en2-financial-obligations-for-vod-services/1680a6889c>
- Calhoun, C. J. (2007). *Nations matter : culture, history, and the cosmopolitan dream*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203960899>.
- Cappello, M. (2022). *Introduction to media law and the Audiovisual Media Services (AVMS) directive*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680a90caf>
- CH Media (n.d.). *Unsere marken [our brands]*. CH Media. <https://chmedia.ch/marken>
- Chalaby, J. K. (2023). *Television in the streaming era : the global shift*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009199285>.
- Constantin, D. & Frey M. (Creators). (2021-present). *Tschugger*. [TV series]. Shining Film.

- Costa e Silva, E. & Lameiras, M. (2022). ‘if you can’t beat them...’: AVMSD policy-making for Portuguese audiovisual production in the context of the small markets and of multistakeholderism. *International Journal of Cultural Policy*, 28(6), 715–729. <https://doi.org/10.1080/10286632.2022.2025786>
- Cucco, M. & Dagnino, G. (2018). Public film policy and the rise of economic principles: The case of Switzerland. In Murschetz, P. C., Teichmann, R., & Karmasin, M. (Eds.). *Handbook of state aid for film : finance, industries and regulation* (pp. 427-445). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71716-6>
- Crane, D. (2014). Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 365–382. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.832233>
- Cranz, A. (2022, December 15). *The golden age of the streaming wars has ended*. The Verge. <https://www.theverge.com/2022/12/14/23507793/streaming-wars-hbo-max-netflix-ads-residuals-warrior-nun>
- Davis, S. (2021). What is Netflix imperialism? interrogating the monopoly aspirations of the ‘world’s largest television network.’ *Information, Communication & Society*, 26(6), 1143–1158. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1993955>
- Edgerton, G. (2022). Netflix, spanish television, and la casa de papel: growing global and local tv together in the multiplatform era. *Critical Studies in Television*, (2022)230). <https://doi.org/10.1177/17496020221146057>
- Esser, A. (2002). The transnationalization of European television. *Journal of European Area Studies*, 10(1), 13–29. <https://doi.org/10.1080/14608460220148419>.
- Geiser, U. (2022, May 15). *Swiss voters decide to impose levy on streaming giants*. SWI swissinfo.ch. <https://www.swissinfo.ch/eng/politics/vote-about-swiss-levy-on-streaming-giants-too-close-to-call-poison/47552222>
- Gómez, R., & Muñoz Larroa, A. (2023). Netflix in Mexico: an example of the tech giant’s transnational business strategies. *Television & New Media*, 24(1), 88–105. <https://doi.org/10.1177/15274764221082107>
- Havens, T. (2018). Netflix – streaming Channel Brands as global Meaning systems. In D. Johnson (Ed.), *From networks to Netflix : a guide to changing channels*. (pp. 321-331). Routledge. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.4324/9781315658643>
- Havens, T., & Lotz, A. D. (2017). *Understanding media industries* (2nd edition). Oxford University Press.

- Havens, T., Lotz, A. D., & Tinic, S. (2009). Critical media industry studies: a research approach. *Communication, Culture & Critique*, 2(2), 234–253.
<https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2009.01037.x>
- Hodgetts, D. & Chamberlain, K. (2013). Analysing News Media. In U. Flick & K. Metzler (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (pp. 380-393). SAGE.
<https://doi.org/10.4135/9781446282243>
- Iordache, C. (2021). Netflix in Europe: four markets, four platforms? a comparative analysis of audio-visual offerings and investment strategies in four EU states. *Television & New Media*, (20210508). <https://doi.org/10.1177/15274764211014580>
- Iordache, C., Raats, T., & Afilipoaie, A. (2022a). Transnationalisation revisited through the Netflix original: an analysis of investment strategies in Europe. *Convergence*, 28(1), 236–254.
- Iordache, C., Raats, T., & Donders, K. (2022b). The "Netflix tax": An analysis of investment obligations for on-demand audiovisual services in the European Union. *International Journal of Communication (Online)*, 16, 545.
- Jenner, M. (2018). *Netflix and the re-invention of television*. Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-94316-9_1
- Jin, D. Y. (2020). *Globalization and media in the digital platform age*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429330032>
- Johnson, C. (2022). The Online Television Industry – Fragmentation, consolidation, and power. In P. McDonald (Ed.), *The routledge companion to media industries*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429275340>
- Kim, T. (2022). Cultural politics of Netflix in local contexts: a case of the Korean media industries. *Media, Culture & Society*, 44(8), 1508–1522.
<https://doi.org/10.1177/01634437221111917>
- Kostovska, I., Raats, T., & Donders, K. (2020). The rise of the ‘Netflix tax’ and what it means for sustaining European audiovisual markets. *Innovation: The European Journal of Social Sciences*, 33(4), 423–441.
<https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1774354>
- Kuenzi, R. (2022, May 15). *Ja zur "Lex Netflix" – Schweizer Filmförderung wird internationaler* [Yes to «Lex Netflix» – Swiss film funding becomes more international]. SWI swissinfo.ch <https://www.swissinfo.ch/ger/politik/schweiz->

[demokratie-abstimmung-filmfoerderung-neues-gesetz-lex-netflix -lex-netflix--
duerfte-es-schaffen/47587406](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2009.01.002)

- Kuipers, G., & de Kloet, J. (2009). Banal cosmopolitanism and the lord of the rings: the limited role of national differences in global media consumption. *Poetics*, 37(2), 99–118. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2009.01.002>
- La Pastina, A. C., & Straubhaar, J. D. (2005). Multiple proximities between television genres and audiences: the schism between telenovelas' global distribution and local consumption. *Gazette*, 67(3), 271–288. <https://doi.org/10.1177/0016549205052231>
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations : the geography of digital distribution*. New York University Press.
- Lobato, R., & Lotz, A. D. (2020). Imagining global video: the challenge of Netflix. *Jcms: Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 132–136.
- Lotz, A. D. (2019). Teasing apart television industry disruption: consequences of meso-level financing practices before and after the US multiplatform era. *Media, Culture & Society*, 41(7), 923–938. <https://doi.org/10.1177/0163443719863354>
- Lotz, A. D. (2021a). In between the global and the local: mapping the geographies of Netflix as a multinational service. *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 195–215. <https://doi.org/10.1177/1367877920953166>
- Lotz, A. D. (2021b). *Media disrupted : surviving pirates, cannibals, and streaming wars*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/13868.001.0001>
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis : a multimodal introduction*. SAGE Publications.
- Medienqualität Schweiz. (n.d.). *Homepage*. Medienqualität Schweiz. Retrieved June 21, 2023 <https://medienqualitaet-schweiz.ch/index.html>
- Medina, M., Diego, P., & Portilla, I. (2022). Are video streaming platforms stifling local production creativity? the spanish case. *Creativity. Theories – Research - Applications*, 9(2), 138–155. <https://doi.org/10.2478/ctra-2022-0015>
- Geiser, U. (2022, May 15). *Swiss voters decide to impose levy on streaming giants*. SWI swissinfo.ch. <https://www.swissinfo.ch/eng/politics/vote-about-swiss-levy-on-streaming-giants-too-close-to-call-poison/47552222>
- Picard, R. G. (2020). *Media and communications policy making : processes, dynamics and international variation*. Palgrave Macmillan.

- Puppis, M. (2009). Media regulation in small states. *International Communication Gazette*, 71(1-2), 7–17. <https://doi.org/10.1177/1748048508097927>
- Schelb C. (2022, May 2). *Worum geht es bei der lex Netflix? Die sache mit den 4 prozent investitionspflicht* [What is the Lex Netflix all about? The thing with the 4 percent investment obligation]. OutNow. <https://outnow.ch/News/2022/05/02/Worum-geht-es-beim-Lex-Netflix-Die-Sache-mit-der-4-Investitionspflicht>
- Schneeberger, A. (2023). *Audiovisual media services in Europe - 2022 edition*. European Audiovisual Observatory (EAO). <https://rm.coe.int/audiovisual-media-services-in-europe-2022-edition-a-schneeberger/1680a99e7d>
- Schweizer, C. (2019). Texts as Data II: Media Content Analysis. In H. van den Bulck, M. Puppis, K. Donders & L. van Audenhove (Eds.), *The palgrave handbook of methods for media policy research* (pp. 263-276). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4>
- Schweizer Mediendatenbank SMD. (n.d.). *Titel* [title]. Schweizer Mediendatenbank SMD. Retrieved June 21, 2023, from <https://smd.ch/de/home>
- Tomlinson, J. (2012). Cultural Globalization. In G. Ritzer (Ed.), *The Wiley-Blackwell encyclopedia of globalization*. (pp. 1-8). Blackwell Pub. <https://doi.org/10.1002/9780470670590>
- van Cuilenburg, J. J., & Mcquail, D. (2003). Media policy paradigm shifts: towards a new communication policy paradigm. *European Journal of Communication*, 18(2), 181–207.
- Vogler, D., Eisenegger, M., Schneider, J., Ingenhoff, D., Bachmann, P., Heller, S. (2022). *Medienqualitätsrating 2022 – Kompendium* [media quality rating 2022 – compendium]. Stifterverein Medienqualität Schweiz. https://www.mqr-schweiz.ch/files/mqr/pdf/MQR-22_Kompendium.pdf
- Wayne, M. L. (2019). Global streaming platforms and national pay-television markets: a case study of Netflix and multi-channel providers in Israel. *The Communication Review*, 23(1), 29–45. <https://doi.org/10.1080/10714421.2019.1696615>.
- Wayne, M. L. & Castro, D. (2021). Svod global expansion in cross-national comparative perspective: Netflix in Israel and Spain. *Television & New Media*, 22(8), 896–913. <https://doi.org/10.1177/1527476420926496>

APPENDIX A: ARTICLES QUOTED

Article 1

© watson.ch 08-09-2020

Digital
Leben

Lex Netflix: Streaming-Dienste müssen künftig Schweizer Filme fördern

Zoff um Streaming-Dienste: Netflix und Co. sollen in Schweizer Filme investieren müssen

Streamingplattformen wie Netflix sollen künftig ein Prozent ihrer Einnahmen in der Schweiz in das Schweizer Filmschaffen investieren müssen. Das hat der Nationalrat entschieden. Die Jungfreisinnigen drohen mit einem Referendum.

Oliver Wietlisbach

Dem Filmförderungsgesetz bleibt das komplette Zurückspulen erspart. Der Nationalrat hat am Montag im Rahmen der Kulturbotschaft zwar Details geändert, es aber nicht noch einmal in den Regieraum des Bundesrats geschickt. Dies wollte Philipp Kutter (CVP/ZH). Nicht einmal darauf eintreten wollte Christian Wasserfallen (FDP/BE). Es sei «kaum ersichtlich, dass hier überhaupt ein Mehrwert geschaffen wird», mokierte sich Wasserfallen. Ebenso führte er aus, dass mit diesem Gesetz «Pflichtkonsum» schmackhaft gemacht werden soll, aber der «schmeckt nicht.»

Was Wasserfallen und Kutter unter anderem stören, sind zwei Prozentzahlen im aufgelegten Gesetz. Vier Prozent und dreissig Prozent. Vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen in der Schweiz sollen Onlineplattformen wie Netflix, Disney oder Apple TV künftig in das unabhängige Schweizer Filmschaffen investieren müssen, oder eine Ersatzabgabe leisten. Dreissig Prozent soll der Anteil an europäischem Filmschaffen auf diesen Plattformen sein, aber auch bei heimischen Anbietern. «Wir beschädigen die Medienlandschaft Schweiz», ist sich Kutter sicher. Er warnte davor, dass die Regeln zwar auf ausländische Firmen zielten, aber am Ende inländische Unternehmen wie die 3+-Gruppe, die wie dieses Newsportal zu CH Media gehört, treffen würden.

Mehr Schweizer Serien

Wo Kutter und Wasserfallen kein Happy End vermuten, sieht Matthias Aebischer (SP/BE) namens der Kommission nur Vorteile: «Das Ziel ist, dass auf den Streaming-Plattformen und auch in den TV-Stationen nicht nur US-Serien gezeigt werden, sondern eben in Bälde auch Schweizer Serien oder Schweizer Filme mit Schweizer Schauspielern, mit Schweizer Regisseurinnen, mit Schweizer Kamerafrauen, gedreht in der Schweiz, mit Serviceleistungen aus der Schweiz.»

Er argumentierte zudem mit einer Ungleichbehandlung: Schweizer Fernsehsender müssen sowieso eine Abgabe an den Schweizer Film leisten, das ist im Radio und Fernsehgesetz festgelegt. Mit der jetzigen Vorlage wolle man ausländische Fernsehstationen, welche mit ihren Werbefenstern in der Schweiz über 300 Millionen Franken umsetzen und Plattformen wie Netflix verpflichten, in der Schweiz zu investieren.

«Wählen kann ich nur, wenn ich das Angebot habe»

Von einem «begrenzten Marktschutz» und nicht einer «Abschottung» sprach Thomas Brunner (GLP/SG). Wenn mehr Schweizer Filme gezeigt werden, sei dies keine Einschränkung, sondern eine Erweiterung: «Wählen kann ich nur, wenn ich auch Angebote habe.» Bundesrat Alain Berset sagte, es sei «unehrlich, wenn man in Sonntagsreden bemängelt, dass das Schweizer Filmschaffen stiefmütterlich behandelt wird und dann hier nicht bereit ist, einen kleinen Schritt zu machen».

Mit dem jetzigen Gesetz reagiere der Bundesrat auf die aktuellen Entwicklungen im Filmgeschäft. Dieses verschiebe sich immer mehr ins Internet und darum sei es Sache des Gesetzgebers, für gleich lange Spiesse zu sorgen. Was für die Schweizer Fernsehsender gelte, solle auch für die Streamingplattformen gelten.

Einige Regieeingriffe hat der Nationalrat aber trotzdem vorgenommen. Der wohl markanteste Schnitt: Aus den 4 Prozent wurden 1 - gegen den Willen der Ratslinken. Der Entscheid fiel mit 97 gegen 91 Stimmen und bei 3 Enthaltungen. Gelockert hat der Nationalrat auch einige Vorgaben. Ob diese abgeschwächte «Lex Netflix» sogar noch vors Volk kommt, ist offen. Die Jungfreisinnigen liebäugeln mit einem Referendum. «Wir wollen Qualität, nicht Pflichtkonsum», kommentierte die Jungpartei auf Twitter.

Als Zweitrat wird sich nun der Ständerat mit dem Geschäft beschäftigen.

Während über die Filmförderung hart gefeilscht wurde, war der Rest der Kulturbotschaft kein wirklicher Thriller. Viele Nationalräte und Nationalrätinnen hoben den Wert der Kultur hervor. Gerade in der Krise und dem Fehlen der Kultur habe man deren Wert noch deutlicher erkannt. Mit der Kulturbotschaft 2021 bis 2024 will der Bundesrat rund 935 Millionen Franken in verschiedene Bereiche der Kultur investieren. Einen generellen Rückweisungsantrag stellte die SVP. Sie wollte die im Rahmen der Covid-Kulturverordnung ausgerichteten à fonds perdu-Kredite im Zahlungsrahmen kompensieren. (bzbasel.ch)

Article 2

© Tages-Anzeiger 30-01-2021

Gastbeitrag

Gleich lange Spiesse für den Schweizer Film

Es braucht eine «Lex Netflix», die etwas taugt.

Stefan Haupt

Die Zukunft der Schweizer Filmbranche liegt in den Händen der Politikerinnen und Politiker: Das Parlament berät in den nächsten Wochen die sogenannte Lex Netflix. Neu sollen Streamingdienste 4 Prozent ihrer Einnahmen ins schweizerische Filmschaffen investieren. Der Nationalrat reduzierte im September die vom Bundesrat vorgeschlagenen 4 auf 1 Prozent. Nun entscheidet der Ständerat darüber, ob es dabei bleibt oder ob das Geschäft – hoffentlich – zurück an den Nationalrat geht.

Wir Filmschaffenden sind zutiefst erschrocken über diesen leichtfertigen «Kompromissvorschlag». Die für uns relevanten Nachbarländer verlangen teils wesentlich mehr – Spitzenreiter ist Frankreich, wo Streamingplattformen seit Anfang Jahr 20 bis 25 Prozent ihres Umsatzes wieder ins Filmschaffen investieren müssen. Die vorgeschlagenen 4 Prozent sind also eine vergleichsweise moderate Summe.

Die Lobbyisten für die 1-Prozent-Variante sprechen alarmierend von einer «Erhöhung der Gebühren und Steuern» und von «Wettbewerbsverzerrung». Doch das ist falsch. Denn es handelt sich um die kluge Idee einer Investitionspflicht für Streamingdienste.

Diese haben während der Pandemie zweistellige Zuwachsraten, während bei uns die Kinos geschlossen sind, die Filmproduktionen durch aufwendige Corona-Massnahmen verteuert, wenn nicht verunmöglicht werden. Die gesamte hiesige Filmbranche, zusammen mit vielen anderen Berufszweigen, leidet extrem.

Wir Filmschaffenden fragen uns, weshalb die Streamingdienste in der Schweiz nicht wie anderswo einen Teil ihrer äusserst soliden Umsätze wieder reinvestieren. Mit dem Geld könnten im Inland Arbeitsplätze von ansässigen Filmschaffenden unterstützt werden, ohne dass es dafür einen einzigen Steuerfranken braucht.

Die vom Bundesrat vorgeschlagene und gut durchdachte Idee dieser Investitionspflicht kann bewirken, dass ein bescheidener Anteil dieser Einnahmen von nun an in die unabhängige Schweizer Filmlandschaft fliesst. Dies ist ein sinnvoller Einsatz für den Werkplatz Schweiz, für unsere KMU in der Filmbranche, für unsere ansehnlich grosse und stark herausgeforderte hiesige Filmlandschaft.

Teleclub muss jetzt bereits 4 Prozent in die unabhängige Schweizer Filmproduktion investieren, was in etwa 1 Million Franken jährlich entspricht: ein relevanter Betrag für unser Filmschaffen. Doch defacto ist Teleclub damit gegenüber ausländischen Streaminganbietern im Nachteil.

Würde sich nach dem Nationalrat nun auch die besonnene «Chambre de réflexion», der Ständerat, für eine tiefere Abgabe entscheiden, müsste Teleclub neu auch nur noch 1 Prozent bezahlen. Wir hätten also möglicherweise sogar einen Verlust gegenüber den Vorjahren zu verkräften.

Immer wieder mal hören wir die Forderung, unsere Serien, unsere Filme müssten mit der ausländischen Konkurrenz mithalten können, wir müssten uns eben dem freien Markt stellen. Dabei wird aber konstant ausgeblendet, dass wir unsere Filme und Serien häufig mit einem Bruchteil der ausländischen Budgets herstellen müssen. Dass wir in einem kleinen Land leben, in dem die finanziellen Mittel auf vier Sprachregionen verteilt werden müssen. Und dass wir uns dem Anspruch stellen, in unseren Filmen auch unsere Identität, unsere Swissness abzubilden.

Wie soll das möglich sein, wenn uns viel weniger Geld zur Verfügung steht als unserer Konkurrenz im Ausland?

Ein äusserst wünschenswerter Nebeneffekt dieser Investitionspflicht ist nun, dass sie den Weg öffnet für neue Formen der Zusammenarbeit mit ausländischen Streaminganbietern wie etwa Netflix. Damit finden unsere Filme einen bedeutend einfacheren Zugang zum internationalen Markt und einen Weg in die weite Welt. Wer wollte das nicht unterstützen?

Stefan Haupt :Der Regisseur hat unter anderem «Zwingli», «DerKreis» und aktuell das «Zürcher Tagebuch» geschaffen.

Das hiesige Filmschaffen verdient Unterstützung. Dreharbeiten zu «Zwingli» (2019). Foto: Aliocha Merker

Article 3

© Neue Zürcher Zeitung 22-02-2021

Seite 18

Meinung und Debatte

TRIBÜNE

«Lex Netflix»: Happy End ungewiss

Gastkommentar

von Sabine Boss

Die politischen Diskussionen um das neue Filmgesetz, inoffiziell auch als «Lex Netflix» bezeichnet, gleichen für uns Schweizer Filmschaffende einer Thriller-Serie. Diese begann letzten Herbst mit einem Attentat bzw. einem Mordversuch: Eine knappe Mehrheit hohle im Nationalrat die Vorlage zum neuen Filmgesetz aus und führte die eigentliche Intention des Bundes damit ad absurdum.

Rückblende: Der Bundesrat hatte vorgeschlagen, dass künftig auch Streaming-Plattformen sowie ausländische Werbefenster vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen ins Schweizer Filmschaffen investieren. Der Vorschlag berücksichtigte nicht nur die veränderten Nutzergewohnheiten und den Aufschwung des Streamings, sondern auch die internationalen Rahmenbedingungen. Denn inzwischen kennen viele europäische Länder solche Investitionspflichten, mit denen das heimische Filmschaffen ohne Steuergeld gefördert wird. Nun aber, nach der Behandlung im Nationalrat, lag das Gesetz beinahe tot auf dem Verhandlungstisch. Der Nationalrat hatte die Investitionspflicht auf ein Prozent gesenkt und die Vorlage auch sonst weiter geschwächt. Damit begann für uns Filmschaffende das Zittern. Wir, die sehr viel Eigeninitiative aufbringen, damit unsere Projekte auch unter schwierigsten Bedingungen zustande kommen, befanden uns nun in der Rolle der Zuschauenden und verfolgten gebannt, in welche Richtung die Politikerinnen und Politiker die Handlung vorwärtstrieben.

Würde sich das Gesetz von diesem Schlag erholen? Immerhin ist es für unsere internationale Konkurrenzfähigkeit sowie die Zusammenarbeit mit dem Ausland von grosser Bedeutung: Wenn in den Nachbarländern teilweise bedeutende Investitionspflichten von bis zu 25 Prozent herrschen und sich die Schweiz mit einem Prozent begnügt, dann sind Schweizer Filmschaffende nicht zuletzt bei internationalen Koproduktionen benachteiligt und laufen Gefahr, nicht mehr berücksichtigt zu werden. Schweizer Sender wie Teleclub, die bis jetzt vier Prozent investieren, dürften nach der Gesetzesrevision ihren Anteil sogar senken, womit sich das neue Gesetz für die Branche als Rückschritt erweisen könnte.

Schnitt in den Februar 2021: Wir Filmemacherinnen und Filmemacher konnten den Start der zweiten Staffel kaum erwarten. Sie spielt an einem anderen Schauplatz, im Ständerat. Dort hat die Kommission das Blatt in der ersten Folge inzwischen gewendet und das Gesetz wieder aufgerichtet. Die vier Prozent sind zurück, man will die Schweizer Filmbranche nicht hängenlassen. Ob es ein Happy End gibt, wird allerdings erst in der dritten Staffel feststehen, wenn das Gesetz erneut im Nationalrat behandelt wird. Aber diejenigen Filmschaffenden mit guten Nerven vertrauen darauf, dass sich die Politik am Schluss für ein griffiges Gesetz und für eine faire Konkurrenzsituation für unsere Branche entscheidet und dagegen, dass das Geld der grossen Anbieter einfach abfließt.

Wenn es gut ausgeht, dann stehen wir in den Startlöchern, um für eine fulminante vierte Staffel zu sorgen. Wir wollen Serien produzieren, die zu gesellschaftlichen Gesprächsthemen werden. Filme machen, die bewegen. Schweizer Geschichten mit einem universellen Kern erzählen. Uns der Konkurrenz stellen, Filme und Serien exportieren und bei internationalen Koproduktionen mitwirken. Denn die vielen Seiten der Schweiz und ihrer Bevölkerung verdienen eine differenzierte Darstellung im In- und Ausland. Wir sind noch lange nicht bereit, den Abspann zu schreiben.

Sabine Boss ist Regisseurin und Drehbuchautorin; sie zeichnet unter anderem verantwortlich für die Kinofilme «Der Goalie bin ig» und «Jagdzeit» sowie für Fernsehfilme und Serien wie «Tatort» oder «Neumatt».

Article 4

© Die Wochenzeitung 03-06-2021
Output 22
Seite 23
Autor: Florian Keller Kultur / Wissen

Auf allen Kanälen

Aufschliessen, bitte!

Mit einer «Lex Netflix» beabsichtigt der Bund, die grossen Streamingdienste endlich in die Pflicht zu nehmen. Doch bürgerliche Kräfte wollen das Vorhaben aushöhlen.

Von Florian Keller

Der Aufschrei klang wie aus einem Horrorfilm, und das Ungeheuer darin hiess: «Subventionsmonster». So nannte André Moesch, Präsident des Verbands der Schweizer Regional- und Privatfernsehsender, den Entwurf des Bundes für das neue Filmgesetz. Dieses soll dafür sorgen, dass auch Streamingdienste einen bestimmten Prozentsatz ihres in der Schweiz erzielten Umsatzes in die hiesige Filmbranche investieren müssen. Das zielt vor allem auf internationale Streamingriesen wie Netflix, Amazon oder Disney+, deshalb kursiert der Paragraf auch unter dem Übernamen «Lex Netflix».

Für die Schweizer Privatsender wäre das neue Filmgesetz ruinös, klagte nun eben André Moesch im April in einem Gastkommentar für Tamedia. Nur: Diese müssen schon jetzt vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen ins Schweizer Filmschaffen investieren. Von der geplanten Ausweitung dieser Investitionspflicht wären dagegen in erster Linie die Werbefenster ausländischer TV-Sender betroffen, ausserdem hiesige Netzanbieter wie Swisscom und UPC Cablecom – weshalb die Branche kräftig gegen das Gesetz lobbyiert.

Etwas kurios war auch das Timing von Moeschs Aufschrei. Wenige Tage zuvor hatte nämlich sein Vorgesetzter bei CH Media, Roger Elsener, auf dem Onlineportal «Persönlich» erklärt, wieso der Medienkonzern jetzt mit einer eigenen Plattform auch ins Streamingbusiness einsteigen will: «Der Markt wächst, und hier wollen wir mitmachen.» Ja, was denn nun? Streaming ist das Eldorado der Stunde – aber bei vier Prozent Investitionspflicht in die einheimische Filmwirtschaft droht gleich der Ruin?

Profite ins Ausland

Im Parlament hatte das Klagegeld schon vorher Wirkung gezeigt: Einer bürgerlichen Minderheit um Philipp Kutter (Die Mitte) und Christian Wasserfallen (FDP) war es im Nationalrat gelungen, die Investitionspflicht auf ein Prozent zu drücken. Man gab sich konsumentenschützerisch: Netflix und Co. würden ihre Einbussen einfach über die Abopreise kompensieren, also sei das Ganze letztlich eine verdeckte Kultursteuer, die von den NutzerInnen bezahlt würde. Was die Wortführer nicht sagten: Wenn die Abopreise von Plattformen wie Netflix oder auch Amazon so attraktiv sind, dann lag das bislang nicht zuletzt an deren notorischen Steuervermeidungsstrategien. Wer die «Lex Netflix» torpediert, dient also in erster Linie ausländischen Konzernen, die ihre Profite lieber anderswo versteuern, wo es billiger kommt.

Immerhin: Der Ständerat hat jetzt die Chance, das zu korrigieren. Die vorbereitende Kommission empfiehlt dem Rat, die Investitionspflicht wieder bei vier Prozent anzusetzen – und kommt gleichzeitig den Privatsendern entgegen, die dafür wie bis anhin auch Werbeauslagen für Schweizer Filme anrechnen dürfen. Sollte der Ständerat dem Vorschlag seiner Kommission folgen, müsste der Nationalrat nochmals darüber beraten.

Im Vergleich moderat

Dabei wäre es höchste Zeit, endlich aufzuschliessen. Und im europäischen Vergleich sind die Pläne des Bundesrats für eine «Lex Netflix» ganz moderat. Gemäss dem Bundesamt für Kultur gilt etwa in Dänemark für Streamingplattformen eine Investitionspflicht von zwei Prozent, in Spanien sind es fünf Prozent, in Italien gar deren zehn – und im traditionell sehr protektionistischen Frankreich liegt sie für Streamingdienste mit Abomodell bei 25 Prozent. In Deutschland ist der Ansatz zwar niedriger, doch die 2,5 Prozent, die die umsatzstärksten Plattformen zu entrichten haben, können dort nicht frei investiert werden, sondern gehen als Abgabe direkt in die Filmförderung.

Eine Investitionspflicht von einem Prozent, wie das der marktliberalen Fraktion vorschwebt: Das wäre im internationalen Vergleich tatsächlich grotesk. Attraktiv wärs freilich für die sonst angeblich bedrohten Schweizer Privatsender wie 3+, der zu CH Media gehört. Diese müssten dann plötzlich auch nur noch ein Prozent ihres Umsatzes in die hiesige Filmbranche investieren statt wie bisher vier Prozent. CH Media gehört bekanntlich zu jenen Grossverlagen, die an anderer Front neunzig Millionen Franken mehr vom Bund fordern – für die indirekte Medienförderung über die Frühzustellung. Hat da jemand «Subventionsmonster» gesagt?

Article 5

© nzz.ch 01-09-2021

Jungparteien wehren sich gegen «Lex Netflix»: Schweizer Filme sollen weniger Geld bekommen

Der Nationalrat wird demnächst abermals über das neue Filmgesetz debattieren. Die bürgerlichen Jungparteien stellen sich gegen die Pläne von Bundesrat und Ständerat für eine grössere Unterstützung von Schweizer Filmemachern.

Michele Coviello

Was ist, wenn im Netflix-Katalog plötzlich mehr europäische und schweizerische Produktionen zu finden sind, statt die angesagtesten Serien aus Amerika? Und das zu höheren Abo- Gebühren?

Den jungen Politikerinnen und Politikern aus dem bürgerlichen Lager würde das nicht gefallen. Mit einem offenen Brief kämpfen sie gegen die Vorschläge von Bundesrat und Ständerat an. Diese wollen mit dem neuen Kulturgesetz die grossen Streaminganbieter zu Investitionen in das hiesige Filmschaffen verpflichten.

Netflix, Amazon oder Disney müssten demnach 4 Prozent ihres Schweizer Umsatzes in lokale Produktionen investieren. Als Alternative könnten sie Ersatzabgaben ans Bundesamt für Kultur (BAK) entrichten. Der Nationalrat hatte einen Beitrag von 1 Prozent gefordert. Zudem müssen ihre digitalen Videotheken neu zu 30 Prozent mit europäischen Filmen bestückt sein.

Schweizer Filmschaffende sehen im Gesetz eine wichtige Stütze, um den Anschluss an die ausländische Konkurrenz nicht zu verlieren. Mit geringeren Mitteln würden hiesige Filmemacher etwa auch für Koproduktionen nicht mehr berücksichtigt.

«Das ist unfair»

Die Argumente werden von den Jungpolitikern nicht berücksichtigt. Die Gesetzesrevision gehe völlig am Konsumenten vorbei, insbesondere an den Bedürfnissen der Jungen, schreiben die Jungparteien von FDP, SVP, Mitte und Grünliberalen. Sie befürchten, dass die Streamingdienste ihren Beitrag an die Schweizer Filmszene direkt ans Publikum weiterreichen werden, mit saftigeren Gebühren. «Die höheren Kosten aufgrund der Sondersteuer werden auf uns abgewälzt, die Abo-Gebühren steigen. Das ist unfair!», schreiben die Jungparteien.

Der Bundesrat war hingegen vom Fairnessprinzip unter den Playern ausgegangen. Weil heute die SRG sowie Privatsender wie etwa Teleclub schon 4 Prozent ihres Umsatzes ins hiesige Filmschaffen investieren, sollten auch die neue Generation von Anbietern oder ausländische Sender mit Schweizer Werbefenstern einen gleichen Beitrag leisten. Mit der sogenannten «Lex Netflix» wollte der Bundesrat «gleich lange Spiesse» schaffen, wie Alain Berset sagte. Das Gesetz schliesse eine Lücke, die sich infolge der Digitalisierung geöffnet habe.

Andere Aufgaben

Diese Ansicht deckt sich nicht mit derjenigen von Sarah Bünler, Präsidentin der Jungen Mitte. Sie sagt: «Die SRG hat im Auftrag des Bundes eine andere Aufgabe als private Anbieter wie etwa Netflix.» Anders gesagt: Beim Service public ist es nachvollziehbar und richtig, dass dieser sich für das heimische Filmschaffen einsetzt. Netflix sei aber ein privates Unternehmen. Man könne ihm nicht vorschreiben, was es produzieren solle.

Für Bünler ist es zudem klar, dass ein solches Unternehmen vorwiegend von seinen Abo-Gebühren lebt. Wird der Betrieb mit Investitionen in der Schweiz für dieses teurer, werden die Kosten für die Nutzer höher. «Man kann über einen gewissen Prozentsatz diskutieren», sagt Bünler, «aus unserer Sicht gehen die 4 Prozent aber zu weit.»

Nationalrat stutze Vorlage

Der Bundesrat war ursprünglich noch weiter gegangen. Netzbetreiber, die den Zugang zu Streamingdiensten überhaupt ermöglichen, hätten ebenfalls eine Investitionspflicht gehabt. Das hätte auch für Privatsender gegolten, die Filme ausstrahlen.

Im September 2020 redimensionierte der Nationalrat die Vorlage: Die Netzbetreiber sind ganz von der Pflicht befreit, die Privatsender weitgehend. Und von den grossen Anbietern forderte er eine Investitionspflicht von lediglich 1 Prozent. Der Ständerat blieb aber hart bei den 4 Prozent. Mit dieser Lösung würden künftig 18 Millionen Franken pro Jahr in die Förderung des

Schweizer Filmes fließen. Derzeit sind es etwa 4 Millionen. Mit der ursprünglichen Vorlage des Bundesrates wären es gegen 30 Millionen gewesen.

Keine Steuer, sondern Investitionen

Am 16. September wird das Thema erneut im Nationalrat verhandelt. Der offene Brief der Jungpolitiker richtete sich an seine Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur (WBK), die bereits an diesem Donnerstag tagt. SP-Nationalrat Matthias Aebischer ist WBK-Mitglied und Präsident von Cinésuisse, dem Dachverband der schweizerischen Film- und Audiovisionsbranche. Das Schreiben der Jungparteien löse «Befremden» aus, sagt er.

Laut Aebischer führen die Jungparteien als Argument auch die kleinen Schweizer Privatsender auf, die unter dem neuen Gesetz leiden würden. Aebischer sagt, dass dies nicht der Fall wäre. Die meisten dieser Kanäle könnten wie bis anhin ihren Beitrag leisten, indem sie Werbung für Schweizer Spielfilme und Festivals schalten würden.

So wie derzeit das Gesetz ausgestaltet sei, muss laut Aebischer nur einer der Schweizer Privatsender alle vier Jahre einen Film für 2 Millionen Franken subventionieren. Das sei ein vergleichsweise moderater Betrag. «Mit der Vermarktung des Films können sie sogar Geld machen», sagt Aebischer.

Das sei übrigens auch für die Serien-Giganten der Fall. Die Streaminganbieter würden Schweizer Projekte fördern. Das Resultat würde dann im Besitz von Netflix, Amazon und Konsorten bleiben.

Kleine Sender nicht betroffen? Doch, sagt CH-Media

Betroffen wäre auch CH-Media, das Sender wie 3+ oder TV24 betreibt. Roger Elsener, Geschäftsführer TV, Radio und Filmvertrieb bei CH-Media, schreibt auf Anfrage: Man begrüße, dass der Ständerat die Anrechenbarkeit von Werbung vorsehe. Bisher habe man jedoch den vollen Filmförderbetrag in Form von Werbung anrechnen lassen können, nun seien es nur noch 500 000 Franken.

Zudem seien selber produzierte Spielfilme kaum durch Werbung auf Schweizer Privatsendern zu refinanzieren, schreibt Elsener. Der durchschnittliche Gewinn eines hiesigen Kanals liege bei rund 5 Prozent. «4 Prozent Abgabe auf den Bruttoumsatz würden den Gewinn entsprechend um 80 Prozent schrumpfen lassen – bei den gleichzeitig rückläufigen Werbemärkten eine verheerende Prognose», so Elsener.

Article 6

© nzz.ch 14-10-2021

Drei Jungparteien gegen die «Lex Netflix»

Sollen die grossen Streaming-Plattformen künftig vier Prozent ihres Umsatzes in die Schweizer Filmproduktion investieren müssen? Nein, finden der Jungfreisinn, die junge GLP und die junge SVP. Sie wollen das Referendum ergreifen.

Christina Neuhaus

Die drei Jungparteien von FDP, SVP und GLP werden am Freitag das Referendum gegen das überarbeitete Filmgesetz, die sogenannte «Lex Netflix», lancieren. Angeführt wird das Komitee von Matthias Müller, dem Präsidenten der Jungfreisinnigen.

Grund ihres Engagements: Das Parlament hatte in der Herbstsession beschlossen, dass Streaming-Anbieter und private Fernsehsender künftig vier Prozent ihres Umsatzes in die Schweizer Filmproduktion investieren sollen. Für Müller und seine Mitstreiter kommt das einer Sondersteuer gleich. So hohe Verpflichtungen kenne kaum ein anderes europäisches Land, vom Rest der Welt ganz zu schweigen. Die Regelung gebe zwar vor, ein hehres Ziel zu verfolgen: die heimische Filmförderung. Doch in Wahrheit gehe es um Umverteilung.

Müller sagt: «Das Gesetz führt dazu, dass Abo-Gebühren für Streaming-Dienste zweckentfremdet werden für das Schweizer Filmemachen, das bereits mit 150 Millionen Franken pro Jahr subventioniert wird.» Zudem sei absehbar, dass die Gebühren für die Konsumenten stiegen.

Störend sei auch die im Gesetz neu enthaltene Regelung, wonach mindestens 30 Prozent der Filme und Serien der Anbieter aus europäischer Produktion stammen sollen. Eine «staatlich verordnete Filmquote» sei illiberal.

Befürworter der «Lex Netflix» erhoffen sich von der Änderung des Filmgesetzes gleich lange Spiesse für die heimische Filmindustrie und die grossen Streaming-Anbieter wie Netflix oder Disney+. Mit der Gesetzesänderung würden rund 18 Millionen Franken pro Jahr zusätzlich in die Förderung des Schweizer Filmschaffens fliessen.

Article 7

© Neue Zürcher Zeitung 17-11-2021

Seite 18

Meinung und Debatte

TRIBÜNE

«Lex Netflix»: Beste Werbung für unser Land

Gastkommentar von Matthias Aebischer

Matthias Aebischer

Nun wird die Sau wieder einmal durchs Dorf getrieben. Die bürgerlichen Jungparteien haben gegen das in der Herbstsession verabschiedete Filmgesetz das Referendum ergriffen. Wenn ich ihre Argumente und gewisse Kommentare zur «Lex Netflix» lese, so zweifle ich als Parlamentarier, ob hier wirklich über dasselbe Gesetz gesprochen wird, welches die beiden Räte mit grossem Mehr gutgeheissen haben. Von «Konsumabgabe» oder «Sondersteuer» ist da die Rede, von «Zwangskonsum» oder einem «Subventionsmonster», das ein «Frontalangriff auf das Portemonnaie» der Konsumentinnen und Konsumenten sei und «manch kleinen Schweizer TV-Sender» in die Verlustzone treibe. Diese Schlagwörter garantieren dem Referendumskomitee zwar fette Schlagzeilen und eine tolle Medienpräsenz, wahrer werden sie deshalb aber nicht.

Gemäss neuem Filmgesetz müssen die ausländischen Streaminganbieter und TV-Stationen, welche Filme zeigen, 4 Prozent ihres in der Schweiz erzielten Umsatzes in den Schweizer Film investieren. Diese Investitionspflicht gilt also nicht wie bis anhin nur für einheimische Filmanbieter wie Teleclub oder 3 Plus TV, sondern sie erfasst endlich auch die ausländischen. Heute fliessen hier erzielte Gewinne zurück ins Ausland. Netflix und die TV-Anbieter mit Schweizer Werbefenstern wie RTL und Sat 1 müssen also in Zukunft einen kleinen Teil ihrer Filme in der Schweiz und nicht in den USA und in Deutschland produzieren. Die 4 Prozent sind verglichen mit den Anteilen im nahen Ausland sehr moderat. In Frankreich sind es 26 Prozent, in Italien 20 Prozent, und in Deutschland wird gar eine Abgabe erhoben.

Wenn Netflix also für sein eigenes Filmangebot jährlich in der Schweiz einen Film produziert, so hat das definitiv nichts mit einer «Konsumabgabe» oder einer «Sondersteuer» zu tun. Auch ist eine Filmproduktion in der Schweiz nicht teurer als in den USA. Es entstehen keine Mehrkosten, die jemand bezahlen muss. Auch die Mär, dass «kleine Schweizer TV-Sender» in die Verlustzone getrieben würden, geistert immer noch herum. Dies, obschon wir in der Debatte sichergestellt haben, dass die regionalen TV-Sender, welche keine Filme zeigen, von der Investitionspflicht wie bis anhin ausgenommen bleiben.

Was auch eigenartig ist: Wenn die bürgerlichen Jungparteien über das Filmgesetz in der Kulturbotschaft urteilen, dann sprechen sie primär über Geld und Marktwirtschaft. Doch Kultur und gerade Filmkultur sind mehr als nur Franken und Rappen. Schweizer Filme vermitteln der Welt einen Teil unseres Kulturschaffens und unseres Selbstverständnisses. Schweizer Filme zeigen unsere Eigenart, sie unterhalten, sie verbinden, und im besten Fall tun sie alles miteinander. Der Film «Die göttliche Ordnung» über die späte Einführung des Frauenstimmrechts in der Schweiz etwa oder die Aufarbeitung des dunklen Kapitels der Verdingkinder mit dem Film «Der Verdingbub» sind beste Beispiele dafür. Solche Filme gehen beim einfältigen Schweizer-Film-Bashing gerne vergessen.

Bis vor einigen Jahren boten die grossen Streamingplattformen primär amerikanische Produktionen an. Heute ist das Angebot vielfältiger. Die EU fordert von Netflix und Co., in Europa mindestens 30 Prozent europäische Filme anzubieten. Die Schweiz hat mit dem neuen Filmgesetz diese Forderung übernommen. 97 Prozent der US-Kunden haben im letzten Jahr mindestens einen nichtenglischen Film ausgewählt. Die französische Gaunerserie «Lupin» oder die spanische Produktion «Haus des Geldes» sind weltweit in die Top Five vorgestossen. Das Referendumskomitee spricht hier von «Zwangskonsum». Die Zahlen beweisen das Gegenteil. Die Vielfalt wird genutzt und geschätzt.

Es ist also gut möglich, dass in Bälde solche Produktionen auch in der Schweiz realisiert werden. Das ist nicht nur gut für die Schweizer Filmindustrie und die Schweizer Wirtschaft, sondern auch beste Werbung für unser Land.

Matthias Aebischer ist Nationalrat (sp., Bern) und Präsident des Dachverbandes der Schweizer Filmbranche Cinésuisse.

Article 8

© watson.ch 20-01-2022

Schweiz
Streaming

70'000 Unterschriften gegen «Lex Netflix» eingereicht

Adrian Eng

Die Stimmberechtigten werden voraussichtlich über die sogenannte «Lex Netflix» befinden. Die Jungparteien von FDP, SVP und GLP haben am Donnerstag nach eigenen Angaben rund 70'000 Unterschriften gegen die Revision des Filmgesetzes bei der Bundeskanzlei eingereicht.

Die Vorlage sieht vor, dass Streamingdienste wie Netflix künftig mindestens vier Prozent ihrer in der Schweiz erzielten Einnahmen ins einheimische Filmschaffen investieren müssen.

Das Bundesparlament hatte die Revision des Filmgesetzes in der Herbstsession 2021 verabschiedet. Sie macht Streamingdiensten auch inhaltliche Vorgaben: So müssen künftig 30 Prozent aller gezeigten Filme europäische Produktionen sein.

Es geht um viel Geld

Kulturminister Alain Berset sprach bei der Behandlung der Vorlage im Bundesparlament davon, dass der Bund mit zusätzlichen rund 18 Millionen Franken pro Jahr für den Schweizer Film rechne. Andere Schätzungen gehen von bis zu 30 Millionen aus.

Das Referendumskomitee kritisiert das Vorhaben als illiberal und als ordnungspolitischen Sündenfall. Es drohten höhere Abo-Preise, zudem werde den Konsumentinnen und Konsumenten vorgeschrieben, was sie schauen sollten.

Die Investitionspflicht komme einer Filmsteuer gleich, so das Komitee. Sie sei unnötig, weil der Schweizer Film schon heute gefördert werde. Unterstützt wird das Referendum auch von der Piratenpartei, dem Verband der Kabelnetzbetreiber Suissedigital, dem Verband Schweizer Privatfernsehen und dem Schweizerischen Konsumentenforum.

Abfliessen der Mittel verhindern

Die Befürworterseite argumentiert dagegen, im Kern gehe es darum, dass in der Schweiz erzielte Gewinne auch hierzulande reinvestiert statt ins Ausland abgeführt zu würden. Nur so könne die Schweiz als Ort für Filmproduktionen wettbewerbsfähig bleiben, schrieb dazu im Oktober Cinésuisse, der Verband der Film- und Audiovisionsbranche.

Bestätigt die Bundeskanzlei das Zustandekommen des Referendums, werden die Stimmberechtigten am 15. Mai über die Revision des Filmgesetzes befinden. (aeg/sda)

Article 9

© Tages-Anzeiger 24-01-2022

Seite 24
Kultur & Gesellschaft

Diese Jungpolitiker wollen keine Schweizer Filme auf Netflix fördern

Referendum gegen Filmgesetz Geld für Schweizer Serien auf Netflix? Nicht mit uns, sagen bürgerliche Jungparteien, der Staat solle sich aus Streamingdiensten raushalten. Wir haben mit ihnen einen Schweizer Film angeschaut.

Pascal Blum

«Kollege, geh mal duschen!»

Camille Lothe (27), Präsidentin der Jungen SVP im Kanton Zürich, sitzt in ihrem Wohnzimmer und ruft Richtung Fernseher, wo ein junger Mann in ungewaschenem T-Shirt zu sehen ist.

Auf dem Sofa neben ihr: Nicolo Carle (18) von der Jungen Mitte und Luis Deplazes (27), Junge FDP. In den letzten Wochen haben sie mitgeholfen, genug Unterschriften zu sammeln, um die «Lex Netflix» per Referendum zu kippen. Am Donnerstag hat ein Bündnis von bürgerlichen Jungparteien 65'000 Namen eingereicht. Jetzt stimmt das Land darüber ab, ob Streamer wie Netflix oder Disney+ Geld in die Schweizer Filmproduktion investieren und diese Sachen dann auch bei sich zeigen müssen.

Die Jungpolitiker wollen keinen «nationalen Filmabend», auch wenn sie an sich nichts gegen Schweizer Filme hätten. Aber wieso dieser Widerstand? Wir machen ein Experiment und zeigen ihnen «Soul of a Beast» des Zürcher Regisseurs Lorenz Merz. Bei der Liebesgeschichte mit Ella Rumpf und Luna Wedler handelt es sich zwar nicht um eine Netflix-Produktion. Aber es ist ein Drama mit Druck, das einem Streaming-Scout auffallen dürfte.

Camille Lothe hat ihren Fernseher vom Schlafzimmer in die Stube gezügelt, auf der Netflix-Startseite wartet die Komödienserie «The Office». Nach der Pizza-Bestellung geht es los mit dem Schweizer Filmabend: Skater auf der Langstrasse, hohes Tempo. Die Hauptfigur Gabriel, der Mann mit dem verschwitzten Shirt, erinnert die Runde an den Stadtratskandidaten Dominik Waser von den Grünen. Als es inniger wird, sagt Camille Lothe: «Das hätte auch ein Dialog aus dem «Bachelor» sein können.» Ob die Luna Wedler schon aufgetaucht sei, fragt Nicolo Carle.

Pause für die Diskussion: Würden Sie diesen Film auf einem Streamingsservice schauen? Vermutlich schon, sagt Camille Lothe; ihr gefallen Independent-Filme, und erst recht solche, die Zürich zeigen würden. Sie selbst geht oft ins Kino und mag Klassiker, «zum Beispiel die Batman-Filme mit Michael Keaton». Nicolo Carle wäre überrascht, wenn ihm der Netflix-Algorithmus «Soul of a Beast» empfehlen würde, und fragt sich, ob er dann auch draufklicken würde. «Netflix ist eher etwas, was ich nebenher schaue.»

Bevormundung – und ein überaltertes Parlament

Der Film macht allen irgendwie Eindruck. Aber richtig engagiert wird das Trio, als es über die «Lex Netflix» redet. Das Gesetz sieht vor, dass Unternehmen, die in der Schweiz Filme oder Serien online anbieten, 4 Prozent ihres Umsatzes in die hiesige Filmbranche investieren. Sie können beispielsweise Stoffe entwickeln oder mitfinanzieren, sie können Titel einkaufen. Das betrifft die Grossen wie Netflix oder Amazon, aber auch private Fernsehsender. Die Befürworter erwarten, dass der Schweizer Film so wettbewerbsfähiger wird.

Im Wohnzimmer von Camille Lothe klingt es ganz anders. «Ich will nicht, dass der Staat mich in einem derart privaten Bereich zu erziehen beginnt», sagt die Zürcherin. Netflix spiele eine wichtige Rolle in der Freizeit, mit ihren Freunden diskutiere sie über die neusten Serien. Aber einmal mehr sei es so, dass man etwas Gutes habe, und dann komme der Staat und «fingere» rein. «Was folgt als Nächstes, 10 Prozent Schweizer Musik auf Spotify?»

Sie wehren sich gegen Bevormundung. Aber die Argumentation reicht tiefer. Es geht auch um ein überaltertes Parlament, wo niemand weiss, was ein VPN ist; um die junge Generation, die kaum mehr Spielfilme schaut, sondern auf die nächste Staffel der Lieblingsserie wartet, die lieber Uber als Taxi fährt. Ebenfalls debattiert wird das grundsätzliche Problem der Quote, die nicht ehrt, sondern entwertet.

Der Schweizer Film werde bereits mit weit über 100 Millionen Franken subventioniert, dazu kämen die Serafe-Gebühren. Und jetzt noch die Verpflichtung für Netflix und Co., die bestimmt das Angebot verteuere? Dass es sich bei der Investitionspflicht nicht um eine Steuer handelt und dass Netflix gerade die Abogebühren in der Schweiz erhöht hat, lassen die Jungen nicht gelten.

Aus der Schweiz eine grosse Filmnation machen?

Nicolo Carle spricht leise: Es sei nicht sinnvoll, in der Schweiz künstlich eine Industrie hochzuzüchten, damit sie mit den Netflix-Budgets mithalten könne. Denn was passiert, wenn der Service wieder geht? Er verstehe nicht, wieso man aus der Schweiz ums Verrecken eine grosse Filmnation machen wolle, sagt Luis Deplazes.

Netflix hat durchaus klare Ansichten zum Entwicklungspotenzial des Schweizer Markts, aber eine Zusammenfassung eines Hintergrundgesprächs gibt eine Netflix-Sprecherin nicht frei. Sie schickt stattdessen ein allgemeines Zitat darüber, dass es fraglich sei, ob die Regulierung des Bundes im Interesse der Konsumenten sei und ob sie die Vielfalt des Medienangebots fördere. «Wir werden auch weiterhin in Inhalte aus der Schweiz investieren, wenn wir glauben, dass diese ein interessantes Angebot für unsere Mitglieder sind.»

Ein Amazon-Sprecher wünscht sich auf Anfrage «Augenmass»: Damit die Schweizer Filmproduktion wettbewerbsfähig bleibe, solle weiterhin «ein positives Investitionsklima» herrschen. Gesetzliche Pflichtauflagen zur Steuerung von Investitionen brauche es nicht.

Was der Bund zugunsten des Schweizer Films veranstalte, komme ihr vor wie die Szene aus «Clockwork Orange», wo der Hauptfigur die Augen mit einer Klemme offengehalten würden, sagt Camille Lothe.

Seit fast zwei Stunden ist das Bild von «Soul of a Beast» eingefroren. Wir schaffen es nicht, den Film fertig zu schauen, bald fährt der letzte Bus. Camille Lothe möchte die Liebesgeschichte zu Ende schauen, wenn sie im Kino startet. Zuerst aber wird der TV wieder ins Schlafzimmer getragen.

«Soul of a Beast» an den Solothurner Filmtagen: am Dienstag, 25. Januar. Ab 14. April im Kino.

Sie finden Investitionen von Streamingdiensten in Schweizer Filmen nicht nötig: Nicolo Carle (links) und Luis Deplazes im Wohnzimmer von Camille Lothe. Foto: Urs Jaudas

Article 10

© watson.ch 15-03-2022

Schweiz
Netflix

Bundesrat Alain Berset präsentiert Argumente für «Lex Netflix»

Adrian Eng, 08.03.2022, 16:28

Mit der sogenannten «Lex Netflix» sollen in- und ausländische Fernsehsender und Streamingdienste rechtlich gleichgestellt werden. Kulturminister Alain Berset hat am Dienstag vor den Medien in Bern die Argumente für die Annahme des geänderten Filmgesetzes präsentiert.

Die Gesetzesänderung sieht vor, dass auch Streamingdienste wie Netflix, Amazon oder Disney vier Prozent ihres in der Schweiz generierten Umsatzes in das Schweizer Filmschaffen investieren müssen, wie Berset vor den Medien in Bern sagte. Sie können dazu entweder direkt in Schweizer Produktionen investieren oder eine Ersatzabgabe leisten, die zur Unterstützung des Schweizer Films eingesetzt wird. Eine solche Investitionspflicht gilt heute bereits für private Schweizer Fernsehsender.

Bundesrat und Parlament wollen mit der Gesetzesänderung eine Lücke schliessen, die durch die Digitalisierung entstanden sei, so Berset. «Es geht um gleich lange Spiesse für alle.» Die Ungleichbehandlung von Fernsehen und Streamingdiensten solle damit beendet werden, der Schweizer Film gefördert und die Vielfalt des digitalen Angebots gestärkt werden. Andere Länder würden die Investitionspflicht bereits umsetzen, und teilweise mit weit mehr als den vorgesehenen vier Prozent, sagte Berset.

Am 15. Mai wird sich die Stimmbevölkerung zur Vorlage äussern können, sofern das Referendum formell zustande kommt. Das Referendum gegen die geplante Investitionspflicht für Netflix und Co. haben die Jungparteien von FDP, SVP und GLP ergriffen.

Jährlich 18 Millionen Franken

Streamingdienste sollen zudem neu verpflichtet werden, zu mindestens dreissig Prozent Serien oder Filme zu senden, die in Europa produziert wurden. Der Zusatzbetrag zugunsten des Schweizer Filmschaffens aus dieser erweiterten Investitionspflicht wird laut EDI auf 18 Millionen Franken pro Jahr geschätzt. Ausländische Fernsehsender mit Schweizer Werbefenstern werden ebenfalls einen Beitrag an die Vielfalt des Filmangebots leisten müssen.

Die Vorlage stelle sicher, dass ein Teil des in der Schweiz erzielten Umsatzes in der Schweiz bleibe, sagte der EDI-Vorsteher weiter. Das Geld würde ansonsten in andere Länder fließen. Die Gesetzesänderung habe damit eine grosse wirtschaftliche Bedeutung, es würden Arbeitsplätze in der Schweiz geschaffen.

Laut Berset ist eine Auswirkung der Investitionspflicht auf die Preise der Streaminganbieter unwahrscheinlich. Diesen Effekt habe man in anderen Ländern nicht beobachten können. Zudem seien die Preise für Streamingdienste in der Schweiz wegen der Kaufkraft bereits die höchsten auf dem Kontinent.

Die Verpflichtung für Streamingdienste, mindestens dreissig Prozent europäische Filme und Serien zu zeigen, komme in der EU bereits zur Anwendung und liege unter den Vorgaben für Fernsehsender. Die Streamingdienste hielten sich bereits daran. Für die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz werde sich nichts ändern. Es sei nicht zu befürchten, dass wegen der Gesetzesänderung die Schweizer Kinos leer blieben, sagte Ivo Kummer, Leiter Sektion Film beim Bundesamt für Kultur (BAK).

Konsumenten eingeschränkt

Das Referendumskomitee ist der Auffassung, dass Streamingdienste wegen der geplanten Gesetzesänderung ihre Preise erhöhen könnten. Das sei insbesondere gegenüber jungen Menschen unfair. Die Gegner der Vorlage erachten es ausserdem als ungerecht, dass Streamingdienste dreissig Prozent ihres Programms für europäische Filme zur Verfügung stellen müssten. Diese Vorgabe schränkt laut dem Komitee die Freiheit der Konsumentinnen und Konsumenten ein und benachteiligt Produktionen aus anderen Teilen der Welt.

Cinésuisse, den Dachverband der Schweizerischen Film- und Audiovisionsbranche, befürwortet das neue Filmgesetz. Bei einem Nein würden alle Einnahmen der Streaminganbieterinnen weiterhin aus der Schweiz ins Ausland fliessen, hiess es in einer Mitteilung. (aeg/sda)

Article 11

© NZZ am Sonntag 10-04-2022

Seite 17

Meinungen

Der externe Standpunkt

Zwangsabgaben und Quoten taugen nicht zur Filmförderung

Hinter der «Lex Netflix» genannten Reform des Filmgesetzes steht die Überzeugung, dass mehr Geld den Schweizer Film zwingend besser mache. Das ist leider ein Trugschluss, meint Alex Bänninger

Alex Bänninger

Die Änderung des Filmgesetzes, über die am 15. Mai abgestimmt wird, raubt künftig den Fernsehunternehmen Einkünfte, sie nimmt dem Publikum die Mündigkeit und den Realisten die Hoffnung, der Bund verabschiede sich irgendwann von der Mythologisierung des Schweizer Films.

Die Gesetzesrevision zielt zunächst direkt und unter Inkaufnahme von Kollateralschäden auf in- und ausländische Fernsehunternehmen, die in der Schweiz Filme zeigen oder über elektronische Dienste anbieten. Diese Akteure – insbesondere Netflix, Disney+, 3+ und Sat.1 – müssen jährlich wenigstens vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen fürs unabhängige Schweizer Filmschaffen aufwenden oder eine entsprechende Ersatzabgabe bezahlen. Erwartet werden Einnahmen von 20 bis 30 Millionen Franken. Mit ihnen würden die Beiträge der öffentlichen und privaten Hand für den Schweizer Film auf über 150 Millionen steigen.

Hinter der Idee einer solchen Umsatzabschöpfung steht folgender Denkfehler: Je üppiger die Geldquellen, desto attraktiver unsere Filme. Die Wahrheit ist ernüchternd anders. Sechzig Jahre Filmförderung lehren, dass Kreditaufstockungen nie die Qualität und Kontinuität begünstigten. Der Bund sieht das offenbar anders. Sein Irrtum zeigt sich in einer nicht enden wollenden Kette geförderter Filme, deren inhaltliche und gestalterische Flachheit jener der Publikumsresonanz entspricht.

Zu diesem Geist passt der ebenfalls vorgesehene Zwang für die Streamingplattformen, künftig mindestens 30 Prozent europäische Filme zu programmieren. Wohl in weiser Vorahnung der geringen Nachfrage müssen sie von Gesetzes wegen «besonders gekennzeichnet und gut auffindbar» sein. Der Amtsschimmel diktiert, was dem Publikum frommt. Darüber wacht er samt Bussenandrohung mit «Registrierungs-, Berichterstattungs- und Meldepflichten». Es ist ihm bloss entgangen, dass Filme aus einem einzigen europäischen Land genügen, um die Quote zu erfüllen. Die beschworene kulturelle Vielfalt ist heisse Luft.

Zur Begründung von Umsatzabgabe und europäischer Filmquote verweist der Gesetzgeber auf ausländische Staaten. Eine argumentative Nullnummer. Weil ebenso zutrifft, dass zahlreiche, durchaus zivilisierte Länder diese Quoten nicht kennen.

Die Besessenheit unserer Filmförderung, die Füllhörner zu öffnen und in einer Art geistiger Landesverteidigung auf den Heimatschutz zu pochen, hat gravierende Drittwirkungen. So gefährdet eine Umsatzverminderung von vier Prozent die Existenz von kleineren Filmanbietern. Die Marktbeherrscher hingegen holen das Beste heraus, indem sie künftig etwa auf exklusive Filmrechte setzen zu einem für die Branche meist unbezahlbaren Preis. Die Verleiher, die Kinos und deren Besucher werden zu Geprellten, wie übrigens auch die Filmschaffenden. Denn die Arbeitsbedingungen sind bei Produktionen mit Streaming-Giganten erheblich härter als in der unabhängigen Szene. Der Markt läuft anders, als man ihn sich im neuen Filmgesetz schönräumt.

Man muss sich allen Ernstes fragen, für wen das geänderte Gesetz eigentlich gedacht ist. Die Nachteile überwiegen die Vorteile markant. Es kostet die Privatwirtschaft Millionen. Verfassungsrechtlich knirscht die Vorlage: Nur mit kühner Interpretationsakrobatik lassen sich aus dem Film- und dem Medienartikel Bundeskompetenzen ableiten, um erstens private Mittel

zu konfiszieren und zweitens Unternehmen zu befehlen, ihre Tätigkeit um die Filmförderung zu erweitern. Das ist so absurd wie eine Pflicht der Campingplatz-Besitzer, die Hotelfachschulen zu finanzieren, oder der Auto-Importeure, für Velowege zu sorgen.

Interessanterweise ist die SRG von diesem Dirigismus befreit. Seit 25 Jahren regelt der freiwillige Pacte de l'Audiovisuel die produktions- und programmatische Zusammenarbeit mit den Filmverbänden. Der Vertrag hat sich als liberales Gegenmodell zum staatlichen Interventionismus bewährt und könnte mustergültig sein für die privaten Fernsehveranstalter. Greift ein Staat in der Kultur zur Brechstange, bekennt er sich ungeniert zum Verhältnisblödsinn.

Zwei einfache und kostenlose Massnahmen würden es dem Bund erlauben, seine eigenen 50 Fördermillionen mit qualitativ klar besserem Ertrag einzusetzen und die Sympathie für den Schweizer Film zu wecken. Zum einen mit der Neuformulierung der antiquierten und zum Teil widersprüchlichen Subventionskriterien. Zum anderen mit der Berufung von kompetenten und unabhängigen Experten ohne ideologische Scheuklappen. Aber nein: Lieber soll es im alten Trott weitergehen. Diese Verweigerungshaltung führt in die Falle der Unersättlichkeit und zu einem stetig wachsenden Geldbedarf, der die Systemmängel übertünchen soll. Die geplante Revision würde das Fass ohne Boden grösser machen.

Alex Bänninger

Alex Bänninger, 79, ist Publizist und Autor von Büchern über Kultur, Architektur und Medien. Nach dem Rechts- und Wirtschaftsstudium an der Universität Zürich war er unter anderem Filmchef und Stellvertretender Direktor des Bundesamtes für Kultur sowie Kulturchef beim Schweizer Fernsehen.

Article 12

© Die Wochenzeitung 14-04-2022

Output 15

Seite 1

Autor: Florian Keller Front

Filmgesetz

Lieber Pornos aus Polen

Von Florian Keller

Auch wenn es zum bürgerlichen Mantra gehört, dass es im Leben nichts umsonst gibt: Hier nochmals etwas Gratisnachhilfe für all jene, die sich im Kampf gegen das Filmgesetz laufend blamieren, weil sie so gern mit Begriffen wie «Filmsteuer» und «Subventionen» hantieren. Steuern sind Abgaben an den Staat, Subventionen sind staatliche Fördergelder.

Nichts von beidem steht bei der Änderung des Filmgesetzes zur Debatte. Diese will künftig auch ausländische Privatsender mit Schweizer Werbefenstern (Umsatz: über 300 Millionen Franken pro Jahr) und Streamingdienste dazu verpflichten, vier Prozent ihres hier erzielten Umsatzes in die hiesige Filmwirtschaft zu investieren. Man kann diese «Lex Netflix» einen Investitionszwang nennen, aber wer von einer Steuer spricht: Nachsitzen!

Für Schweizer Privatsender gilt diese Investitionspflicht allerdings schon lange. Der Grundgedanke: Wer in der Schweiz Filme anbietet, soll sich auch an der hiesigen Produktion beteiligen. Wenn Referendumsführer Matthias Müller von den Jungfreisinnigen nun von einem «Systemwechsel» spricht, ist also auch das gelogen. Es sollen jetzt bloss die bestehenden Regeln auf vergleichbare Akteure angewendet werden – vor allem solche, die es bei der letzten Revision vor zwanzig Jahren noch gar nicht gab. Netflix? War damals noch eine Onlinevideothek, die DVDs per Post verschickte.

Heute erzielen Streamingriesen in der Schweiz geschätzt rund 200 Millionen Franken Umsatz pro Jahr – Erträge, die restlos ins Ausland abfliessen. Heisst: Internationale Streamingkonzerne und ausländische Privatsender werden derzeit vom Gesetz gegenüber Schweizer Privaten begünstigt. Nun also hiesiges Gewerbe stärken? Nicht mit SVP, FDP und Gewerbeverband: Alle haben sie die Nein-Parole beschlossen, schützen also lieber die Interessen internationaler Konzerne, die in der Schweiz weder Steuern zahlen noch Arbeitsplätze schaffen. Ebenso die bürgerlichen Jungparteien, die das Referendum ergriffen haben: Unterstützt werden sie dabei, wen wundert's, von den deutschen Privatsendern RTL, Sat 1 und Pro Sieben.

Die hiesige Filmwirtschaft wiederum hat das Nachsehen, weil solche Investitionspflichten für Streamingdienste anderswo längst in Kraft sind – etwa in allen Nachbarländern ausser Österreich. Und das Modell mit vier Prozent Investitionspflicht wäre vergleichsweise liberal: Deutschland etwa verlangt Netflix und Co. zwar nur 2,5 Prozent des Umsatzes ab – aber diese sind als Abgabe direkt an die staatliche Filmförderung zu leisten.

Einen Schönheitsfehler hat das Filmgesetz: dass Streamingdienste künftig mindestens dreissig Prozent europäische Filme anbieten müssten. Eurozentrismus, um die Vormacht der US-Filmindustrie zu bannen? Schwierig. Aber wer deswegen das Märchen vom «staatlichen Filmabend» bemüht, hat das internationale Filmgeschäft nicht begriffen. Denn in den EU-Ländern gilt diese Quote schon jetzt. Und die Streamingriesen werden ihr Angebot nicht extra für den kleinen Schweizer Markt mit asiatischen oder afrikanischen Titeln erweitern.

Für viele ist dieser Abstimmungskampf auch einfach ein willkommener Anlass, wieder einmal ihre Ressentiments gegen das angeblich dürftige Schweizer Filmschaffen abzuladen. Umgekehrt argumentiert auch das Komitee für das Filmgesetz gerne mit Qualität und streicht die jüngsten Erfolge des Schweizer Films heraus. Nur: Qualität ist gar nicht der Punkt. Die Frage, ob Schweizer Filme erfolgreich und/oder speziell hochstehend sind oder nicht, ist für die Abstimmung über das Filmgesetz völlig irrelevant. Auch wenn es in beiden Lagern manchmal so tönt: Netflix ist ein Konzern, kein Gütesiegel. Frühjahr 2020, wir erinnern uns: Über Wochen war der meistgesehene Film bei Netflix der polnische Softporno «365 Days». Wenn der Algorithmus einen Film nach oben spült, zahlt das Schweizer Publikum offenbar gerne für gestreamten Schrott. Sogar für solchen aus Europa.

Article 13

© Tages-Anzeiger 16-04-2022

Seite 6 Schweiz

Damit «Tschugger» in Südkorea läuft

Abstimmung Lex Netflix Die Argumente gegen das revidierte Filmgesetz verfangen nicht.

Falsche Grafik im Abstimmungsbüchlein! Übereumpelter Alain Berset in der «Arena»! Referendumskomitee reicht Abstimmungsbeschwerde ein, Resultate möglicherweise ungültig!

Der Bundesrat sieht gerade nicht gut aus, seit Berset in der «Arena» vom 8. April entweder genervt dreinschaute oder sich verhaspelte, wenn ihn der Jungfreisinnige Matthias Müller angriff. Im Debattierclub gäbe es wohl einen klaren Sieg für den bestens vorbereiteten Jungpolitiker. Als Einziger drehte er sich direkt zu den Jugendlichen im Studiopublikum und sprach sie an.

Auf Netflix-Nutzerinnen und -Nutzer zielen die Jungparteien von FDP, SVP und GLP denn auch ab. Sie haben das Referendum gegen das revidierte Filmgesetz ergriffen. Es will, dass internationale Streamingdienste wie Disney+, Apple oder Netflix 4 Prozent ihrer Schweizer Umsätze ins einheimische Filmschaffen investieren. Auch Schweizer Anbieter wie Blue sind davon betroffen, zudem steht eine 30-Prozent-Quote für europäische Filme im Gesetz. Die Jungparteien warnen vor höheren Netflix-Abogebühren und davor, dass die Konsumfreiheit eingeschränkt werde.

Das erste Argument widerlegen die Streamingdienste selber. Die meisten sagen öffentlich, dass die Preisgestaltung nicht abhängig sei von neuen Regelungen. Das zweite Argument rechnet nicht mit dem Algorithmus. Wer Netflix nutzt und dort nie auf Schweizer Serien und Spielfilme klickt, wird immer weniger davon empfohlen bekommen. Hinzu kommt die Rhetorik von der «Filmsteuer» sowie das Totschlagargument der «Wettbewerbsverzerrung». Dabei kennt ein Grossteil der Länder in Europa bereits Abgaben in die eigene Filmproduktion.

Für die Filmbranche aus der kleinen Schweiz bringt das Gesetz also die gleichen Bedingungen wie in anderen europäischen Ländern – ohne dass die Konsumentinnen und Konsumenten das im Portemonnaie spüren werden. Zudem ist das Schweizer Gesetz liberal ausgestaltet: Die Streamingdienste können selber wählen, welche Filme oder Serien sie in der Schweiz produzieren, während sie in anderen Ländern zwingend in einen staatlichen Fördertopf einzahlen müssen. Natürlich sollte das Departement Berset in der Lage sein, eine klare Übersichtsgrafik abzuliefern. Aber eine verwirrende Karte im Abstimmungsbüchlein ist noch nicht Desinformation mit Absicht.

Ein interessantes Argument hätten die Filmgesetzgegner, bloss verwenden sie es nie. Müssten Streamingdienste bei uns investieren, könnten sie sich darauf verlegen, Schweizer Spielfilme für ihren Katalog aufzukaufen, die im Kino besser aufgehoben wären. Mit dem Effekt, dass die Titel komplett untergehen.

Eigentlich spricht aber auch dieser Einwand für das neue Gesetz. Die Filmproduktion steckt in einem massiven Strukturwandel, der Kinobesuch hat an Bedeutung verloren. Mittlerweile erreichen Regisseurinnen und Regisseure auch bei uns ein Publikum über Onlineabrufe, und in diesem Paradigmenwechsel hilft das Filmgesetz als entscheidender Booster. Gerade deshalb, weil endlich nicht mehr alles fürs Kino produziert wird, sondern nun auch die Bildschirme berücksichtigt werden.

Der Schweizer Film wird sich dadurch verändern, denn die neuen Player suchen Geschichten für den internationalen Markt. Serien wie «Tschugger», die von uns erzählen, aber überall funktionieren. Netflix etwa ist in über 190 Ländern verfügbar.

Article 14

© nzz.ch 19-04-2022
meinung

KOMMENTAR - «Lex Netflix»: Unnütze Bürokratie statt Fairness gegenüber den Filmfans

Mit dem neuen Filmgesetz sollen die internationalen Streamingdienste gezwungen werden, einen Teil ihrer Einnahmen in die Schweizer Filmförderung zu investieren. Dem heimischen Filmschaffen wird das nicht helfen.

Andri Rostetter

Seit Jahrzehnten an der Spitze der ewigen Bestenliste des Schweizer Films: «Die Schweizermacher» von 1978 – im Bild eine Szene mit Walo Lüönd. Eric Bachmann

Glaubt man der Schweizer Filmbranche und dem Bundesamt für Kultur (BAK), geht es bei der sogenannten «Lex Netflix» um Fairness. Die einheimische Branche soll mit «gleich langen Spiessen» arbeiten können, wie es Alain Berset formulierte. Richtig ist: Die Digitalisierung hat die Branche auf den Kopf gestellt. Die Streaminganbieter dominieren nicht nur den Markt, sie glänzen längst auch mit eigenen Beiträgen. Das Filmfestival Locarno zeigte 2021 erstmals eine Netflix-Produktion als Eröffnungsfilm.

Dass der Bund jetzt die Streamingdienste an die Kandare nehmen will, hat aber wenig mit dem Branchenwandel, dafür viel mit Europa zu tun. Die EU geht mit rigorosen Quoten gegen die vermeintlichen Kulturimperialisten im Netz vor. Streamingplattformen müssen seit September 2020 mindestens 30 Prozent aus europäischer Produktion anbieten. Einzelne Länder verpflichten ausländische Anbieter zusätzlich zur Zahlung von Förderabgaben für die heimische Filmbranche.

Die «Lex Netflix» kopiert dieses System. Nimmt das Stimmvolk das Filmgesetz an, müssen Netflix, Amazon Prime und Co. auch in der Schweiz mindestens zu 30 Prozent Filme europäischen Ursprungs anbieten. Darüber hinaus sollen sich die Streamingdienste mit 4 Prozent ihres in der Schweiz erwirtschafteten Umsatzes an Schweizer Film- und Serienproduktionen beteiligen.

Mit Fairness hat das wenig zu tun, aber viel mit Wettbewerbsverzerrung. Abgaben und Quoten sind zwar nichts Neues. Bis jetzt waren aber in der Schweiz nur einheimische TV-Sender davon betroffen. Die privaten Schweizer Regionalsender profitieren jedoch jährlich von Gebührengeldern in der Höhe von 80 Millionen Franken, bei der SRG liegt der Anteil bei 1,2 Milliarden. Ausländische Streamingdienste kommen nicht an diese Töpfe.

Schleierhaft bleibt auch, was EU-Quoten dem Schweizer Film bringen sollen. Die Konsumenten entscheiden selbst, wann sie welche Serien und Filme sehen wollen. Wenn sie lieber südkoreanische Arztserien als deutsche Komödien anklicken, laufen sämtliche kulturpolitischen Steuerungsversuche ins Leere.

Es ist offensichtlich, dass die «Lex Netflix» vor allem die Akzeptanz der Schweizer Filmbranche in Europa verbessern soll. Nach dem Ja zur Masseneinwanderungsinitiative 2014 flog die Schweiz aus dem europäischen Filmnetzwerk Media, die heimische Branche verlor den Zugang zu den entsprechenden Fördertöpfen. Seither kämpft die hiesige Branche um den Anschluss an Europa.

Die erhofften zusätzlichen 18 Millionen Franken pro Jahr werden zudem kaum einen messbaren Einfluss auf das hiesige Filmschaffen haben. Viel Geld bedeutet in dieser Branche ohnehin nicht zwingend Qualität: Der Animationsfilm «Max & Co.» von 2007 war mit Produktionskosten von mehr als 30 Millionen Franken der teuerste Flop der Schweizer Filmgeschichte.

Der Schweizer Film hat weniger ein Finanzierungs- als ein Akzeptanzproblem. Sieben der zehn erfolgreichsten Schweizer Filme sind älter als zehn Jahre, mit 940 000 Kinoeintritten mit Abstand an der Spitze der ewigen Bestenliste steht seit 1978 unverändert «Die Schweizermacher» von Rolf Lyssy.

In den 1970er und 1980er Jahren brachten es mehrere Schweizer Spielfilme zu einer Oscar-Nominierung, zweimal reichte es für eine Auszeichnung. Seit Xavier Kollers «Reise der Hoffnung» 1991 schafften es gerade noch drei Produktionen auf die Shortlist der Academy. Und dies, obwohl in der Schweiz nie so viele Filme produziert wurden wie in den vergangenen zwölf Jahren – offensichtlich am Publikum vorbei.

Das Bundesamt für Kultur beschäftigt sich derweil lieber mit Diversitätsvorschriften. Welche Denkweise im BAK vorherrscht, zeigt etwa eine 2021 publizierte Studie zur «Gleichstellung im Schweizer Filmschaffen». Darin kommen die staatlichen Kulturförderer zu dem Schluss, dass die Filmbranche in der Geschlechterverteilung Nachholbedarf habe. Abhilfe schaffen sollen nun unter anderem «Sensibilisierungstrainings für Personen in leitenden Schlüsselpositionen bei Filmprojekten».

Damit stimmt die Schweiz am 15. Mai über ein Gesetz ab, das dem Publikum nichts bringt, dem Schweizer Film nicht hilft, aber einer unnützen Förder- und Quotenbürokratie den Weg ebnet.

Article 15

© watson.ch 24-04-2022-2

Schweiz Leben

Mit einem Ja zu Lex Netflix gehört die Schweiz zum Streaming-Universum

Mehr als «Heidi»! Mit einem Ja zu Lex Netflix gehören wir zum Streaming-Universum

Simone Meier, Kommentar, 24.04.2022, 18:28 25.04.2022, 12:17

Mehr als «Heidi»! Mit einem Ja zu Lex Netflix gehören wir zum Streaming-Universum

Bei einer Annahme des neuen Filmgesetzes würde die Schweizer Filmbranche viel Geld und neue Aufmerksamkeit von Streaming-Anbietern wie Netflix erhalten. Und sie sähe sich in einer internationalen Bringschuld. Bei einem Nein müsste sie sich von der Landkarte globalisierter Sehgewohnheiten verabschieden.

In meiner Kindheit und Jugend lernte ich so viel über Amerika und seine Geschichte wie über kein anderes Land. Über das Leben einer Farmerfamilie in «Unsere kleine Farm». Über das Leben auf einer Ranch in «Bonanza». Über das Leben einer Öl-Dynastie in «Dallas». Und über Winnetou. Wobei der eine deutsche Erfindung war. Doch Amerika mit seinen Kämpfernaturen bestimmte den grösseren Teil meines televisionären Weltbilds.

Der kleinere Teil war deutsch. Das deutsche Fernsehen liebte in eiserner Nachkriegsmanier den versehrten, erholungsbedürftigen Menschen. Der deutsche Mensch wurde in Krimis drangsalieret, von Ärzten operiert und durfte sich zur Belohnung auf Kreuzfahrten erholen. Aus der Schweiz kam so gut wie keine Fiktion. Die Schweiz versorgte uns mit Informationen, nicht mit Visionen.

Heute explodiert die Welt in unsere Wohnzimmer hinein und das ist sehr gut so. Viele setzten sich dank «Squid Game» zum ersten Mal mit der wirtschaftlichen Situation Südkoreas auseinander. Serien aus Dänemark, Schweden, Island, der Türkei, Spanien, Italien, Frankreich rückten plötzlich in den Mittelpunkt unserer Sehgewohnheiten. Oder der blöde polnische «Fifty Shades»- Abklatsch «365 Days», sowas natürlich auch. Netflix dreht «Emily in Paris» mit viel französischer Beteiligung in Paris. Netflix, Amazon Prime und Sky stärken den Serien- und Filmstandort Deutschland massiv. Aber mit dem Studio Babelsberg hat dieses auch sowas wie das europäische Hollywood zur Verfügung.

Und die Schweiz? Was hat sie zu bieten? International gefragte Einzeltalente. Eine Regisseurin wie Lisa Brühlmann, die mit ihrem Spielfilm «Blue My Mind» als Visitenkarte spielend den Einstieg in die amerikanische Serienmaschinerie geschafft hat und auch bereits für einen Emmy nominiert wurde. Die Schauspielerin Luna Wedler, die – ebenfalls dank «Blue My Mind» – in Deutschland zum Superstar geworden ist. Ella Rumpf, die mit einer kleinen Rolle in «Succession» eingestiegen ist. Carla Juri, die mit Regisseuren wie Denis Villeneuve und Peter Greenaway arbeitet. Oder Bond-Regisseur Marc Forster, der in Hollywood gerade mehrere Filme mit Stars wie Tom Hanks, Gillian Anderson, Helen Mirren und Ewan McGregor in Arbeit hat. Wir sind gut im Exportieren. Von Fachkräften. Nicht von Produkten.

Und was ist eigentlich mit der Schweiz als Drehort grosser internationaler Produktionen? Herzlich wenig. Entweder spielt etwas in Zürich wie einst der Anfang von «The Bourne Identity», muss aber in Prag gedreht werden, weil Zürich zu teuer ist. Oder wir zehren seit Jahrzehnten davon, dass James Bond in «On Her Majesty's Secret Service» das Schilthorn runterbraute. Dass es der Berner Bahnhof trotz einer Szene in «Nachtzug nach Lissabon» nicht wirklich zum Tourismus-Liebling geschafft hat, ist verständlich. Und irgendwie sind aus den Dreharbeiten diverser Bollywood-Filme keine Synergien mit der hiesigen Filmbranche entstanden.

Dabei wäre genau dies das Ziel: Die Schweiz selbstbewusst mit der Welt zu vernetzen. Sie auf der Streaming-Weltkarte der grossen Player genauso zu verorten wie das vergleichbar kleine Dänemark. Es geht nicht darum, dass die Schweiz dank der Abgaben von Netflix, wie sie in anderen Ländern längst institutionalisiert sind, das einheimische Filmschaffen für Einheimische stärkt. Das wäre ja langweilig. Soooo aufregend ist die Schweizer Filmszene ja nun eher, na ja, selten.

Wobei wir an dieser Stelle auch mal deutlich sagen müssen: Man betrachtet nichts so kritisch wie das Einheimische. Und was wir aus anderen Ländern auf Netflix und anderswo serviert kriegen, entspricht auch nur einem winzigen, vorzeigbaren Bruchteil des dortigen Filmschaffens.

Es geht nicht darum, die Welt der Streaming-Portale zu verschweizen, sondern darum, der Schweizer Film- und Serienproduktion den Anschluss zu sichern, damit sie ebenfalls zum Player wird. Der Netflix-Batzen würde bei Netflix automatisch auch ein steigendes Interesse, eine Neugier und eine Erwartungshaltung an die Schweiz erzeugen. Die hiesige Filmbranche wäre in einer Bringschuld.

Wäre es nicht fantastisch, wenn die Schweiz in Zukunft in der globalisierten Streaming-Kultur mitmischen könnte? Wenn sie für ausländische Produzenten attraktiver wäre? Wenn sich eine Schweizer, eine isländische und eine finnische Drehbuchautorin gemeinsam in einem Writers Room für den nächsten Walliser Gletscherkrimi fänden? Wenn es «Dorothy in Geneva» oder «Lily in Gstaad» gäbe mit einem international durchmischten Cast? Wenn ein «Succession»-Remake mit einem fiktionalisierten Blocher-Clan zustande käme? Und wenn Leute wie Marc Forster und Lisa Brühlmann Lust bekämen, mal wieder was zuhause zu drehen, vielleicht ja gar mit ein paar der Hollywoodstars, die sie in ihren Wanderjahren unterwegs aufgelesen haben? Und eventuell liesse sich statt des nächsten Google-Quartiers mal ein Schweizer Babelsberg errichten?

Es ist nicht undenkbar, dass aus der Schweiz einmal ein Serien- Trend kommt wie der «Scandi Noir» vor Jahren aus Dänemark. Oder dass einmal ein Kind in Thailand oder Schottland von der Schweiz soviel zu wissen glaubt, wie ich als Kind von Amerika. Und nicht nur wegen «Heidi».

Aber dafür braucht die Schweiz mehr als auf jedem anderen Gebiet Entwicklungshilfe. Sonst verschwindet sie in der Bedeutungslosigkeit. In jenem Netflix-Orkus, wo sich alibihalter ein paar Schweizer Produktionen tummeln, die jedoch vom Empfehlungsalgorithmus ignoriert werden. Das nützt niemandem.

Article 16

© watson.ch 05-05-2022

Schweiz

Kommentar

Das Filmgesetz ist kein Garant für bessere Schweizer Filme

Nein, das Filmgesetz ist kein Garant für bessere Schweizer Filme

Doris Kleck / ch media Kommentar / 05.05.2022, 09:04

Wäre es nicht schön, wenn der Walliser Trottel Bax auch in Uruguay zu sehen wäre, fragen die Befürworter des Filmgesetzes. Natürlich! Doch dafür braucht es die Lex Netflix nicht.

Halbwüchsige, hirnverbrannte HSG-Buben – die Befürworter des Filmgesetzes gehen nicht gerade pfleglich mit ihren Gegnern um. Man könnte sich ja darüber freuen, dass die Jungparteien von SVP, FDP und GLP die Entscheide des Parlamentes hinterfragen, dass sie ein Referendum zu Stande bringen und eine Grundsatzdiskussion über die Filmförderung erzwingen – wo doch so gerne die apolitische Jugend beklagt und mit Stimmrechtsalter 16 dagegen angekämpft werden soll.

Die Umfragen jedenfalls sagen einen engen Ausgang bei der Abstimmung über das Filmgesetz, besser bekannt als «Lex Netflix», voraus. Die Jungparteien haben einen Nerv getroffen, was arrivierten Politikern und Kulturschaffenden wenig behagt.

Gewiss, geldmässig geht es um einen bescheidenen Betrag. 18 Millionen Franken zusätzlich erhoffen sich die Filmschaffenden aus der Gesetzesänderung; 18 Millionen, die jemand bezahlen muss. Eine zu vernachlässigende Petitesse für viele, die den Gang an die Urne dafür als mühselig empfinden.

Zwar steht in Franken und Rappen also eher wenig auf dem Spiel. Dennoch ist das Filmgesetz eine gute Gelegenheit, sich ein paar grundsätzliche Gedanken zu machen.

Mit der Gesetzesänderung sollen «gleich lange Spiesse» geschaffen werden. Eines dieser Totschlagargumente, das in politischen Debatten allzu oft gebraucht wird. Schon heute müssen Schweizer Fernsehsender eine Abgabe von vier Prozent für den hiesigen Film leisten.

Neu sollen auch Streaminganbieter wie Netflix, Amazone, Disney+ oder AppleTV vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen in das unabhängige Schweizer Filmschaffen investieren müssen. Entweder indem sie Film- oder Serienrechte aufkaufen, selbst hier

produzieren oder dem Bundesamt für Kultur den Obolus direkt überweisen. Die gleiche Regel soll neu auch für ausländische Fernsehstationen mit Schweizer Werbefenster gelten, etwa Pro 7.

Ist «Bauer, ledig, sucht» weniger wert?

Gleiche Pflichten für alle also. Das Ganze hat allerdings einen Haken: Das Parlament hat nicht nur den Anwenderbereich der 4-Prozent-Regel ausgeweitet, sondern auch die Regeln verschärft.

Bislang konnten sich private Fernsehstationen Eigenproduktionen als Investition anrechnen lassen, das geht so nicht mehr. Das betrifft vor allem den Sender 3+, der zum watson-Schwesterunternehmen CH Media gehört.

Man muss kein Freund von «Bauer, ledig, sucht sein», um sich daran zu stossen: Weshalb muss der Staat einem privaten Fernsehsender vorschreiben, dass er seine Mittel besser in einen Schweizer Film steckt als in eine publikumsstarke Unterhaltungssendung?

Die Befürworter der «Lex Netflix» gehen gar so weit, von einer KMU-Vorlage zu reden, weil Schweizer Filme und Serien beim lokalen Gewerbe konsumieren und einkaufen würden. Die Frage sei erlaubt, ob denn die Arbeitsplätze aufgrund von Eigenproduktionen von TV-Sendern weniger wert sind.

Parlament und Bundesrat meinten es ja eigentlich gut, sie wollen verhindern, dass die Schweiz «ein Selbstbedienungsladen für globale Grosskonzerne» ist (Bundesrat Alain Berset); Kollateralschaden wird dafür offensichtlich in Kauf genommen. Die entscheidendere Frage ist aber: Macht mehr Geld den Schweizer Film tatsächlich besser?

Etwa 105 bis 120 Millionen Franken fliessen heute in die Filmförderung. Es gibt diverse Töpfe, eine wichtige Rolle spielt dabei auch die SRG. Diese Förderung ist unbestritten. Schweizer Filme und Serien sind identitätsstiftend. Es ist tatsächlich toll, wenn wir uns beim Abendessen mit Freunden über den «Tschugger»-Polizisten Bax amüsieren und uns über das Wallis mokieren können. Und ja, es kann auch ernsthafte sein: Filmschaffende sollen der Gesellschaft den Spiegel halten. Nur, garantiert mehr Geld weder Erfolg noch Qualität – das zeigten die vielen missglückten Schweizer Tatorte eindrücklich.

Wer lieber Zahlen hat, kann sich auf das Bundesamt für Statistik beziehen. 2019 (vor Corona) zeigten die hiesigen Kinos rund 300 Schweizer Filme – die Mehrheit verzeichnete weniger als 1000 Eintritte.

Es geht auch ohne zusätzliche Gelder

Genauso wenig ist ein neues Gesetz ein Garant für Kreativität. Interessanterweise wird von den Gegnern wie den Befürwortern der Vorlage die Serie «Tschugger» ins Feld geführt. Die Walliser Polizeikomödie ist eine Low-Budget-Produktion und belegt, dass viel Geld nicht alles ist. Gleichzeitig wurde sie von SRF und dem Streaminganbieter Sky coproduziert. Die Serie wird bald in Deutschland und Österreich zu sehen sein, geplant ist auch eine englische Version, die weltweit läuft.

Will heissen, es gibt schon heute und ohne die «Lex Netflix» Schweizer Produktionen, die für internationale Streaminganbieter interessant sind. Ganz einfach, weil sie gut gemacht sind. Auch die SRF-Serie «Neumatt» wird auf Netflix und damit in 190 Ländern zu sehen sein. Der Thriller «Early Birds» wird die erste Schweizer Netflix-Koproduktion sein – zusammen mit Hugofilms und CH Media.

Es gibt sie also, diese Erfolgsgeschichten. Schweizer Filmschaffende dürfen und sollen selbstbewusst auftreten. Auch ohne Investitionsabgabe und Quote für europäische Filme von 30 Prozent. Letztere halten die Streaminganbieter heute schon ein. Bundesrat Berset sagte gegenüber «20 Minuten», es würde keinen Unterschied machen, wenn sie im Gesetz vergessen gegangen wäre.

Und so fragen wir uns: Weshalb etwas ins Gesetz schreiben, wenn es unnötig ist? Geschweige denn: Weshalb nicht grad eine Quote für den Schweizer Film, wenn er doch mehr Förderung braucht? Vielleicht, weil auch das Parlament weiss, dass man die Leute nicht zum Heimatschutz zwingen kann. Bei den Streamingplattformen kommt jeder zehnte Film von hier. Die Nachfrage ist so gering, dass sie in keiner Statistik auftaucht.

Article 17

© nzz.ch 07-05-2022
feuilleton

Schweizer Regisseure machen hervorragende Kinofilme. Mit der «Lex Netflix» ist ihnen nicht gedient

Es wird eng für das Filmgesetz. Die Branche kämpft für die Streamingmillionen – aber wissen die Schweizer Filmschaffenden, was sie sich herbeiwünschen?

Andreas Scheiner

Netflix schaut man zu Hause, Popcorn gibt es überall – wie auch die Unordnung dazu. Cavan Images / Imago

Der Schweizer Film hofft auf Netflix, Netflix hofft auf bessere Zeiten: Während sich die Branche eine Investitionspflicht für die Streaminganbieter herbeisehnt, laufen dem Marktführer die Kunden davon. Jüngst vermeldete Netflix einen Verlust von 200 000 Abonnenten, für das zweite Quartal wird sogar mit einem Fortgang von zwei Millionen Usern gerechnet.

Gründe lassen sich viele finden, vom russischen Markt, der dem Konzern weggebrochen ist, bis hin zur Konkurrenz durch den Gemischtwarenladen Amazon. Hinzu kommt, dass die Pandemie abklingt, man geht wieder mehr vor die Tür. Vielleicht plagt die Leute auch eine generelle Frühjahrs-Streamingmüdigkeit, sie sagen: Die Serien waren auch schon besser. Oder Netflix ist mittlerweile einfach zu «woke», wie Elon Musk meint.

Was auch immer es ist, beim Konzern aus dem kalifornischen Los Gatos stellt sich ein Katzenjammer ein, und man mag sich fragen: Setzt eigentlich der Schweizer Film auf die falsche Karte?

Klar: Das Ende des Streamingzeitalters auszurufen, wäre Nonsens. Netflix steckt in einer grösseren Krise, aber das heisst nicht, dass die Streamingdienste als solche versiegen würden. Vier Prozent ihres Umsatzes in der Schweiz sollen Netflix, Disney, Sky oder Amazon im Land reinvestieren: Ob dadurch die vom Bundesrat geschätzten 18 Millionen Franken in das hiesige Filmwesen gespült würden oder ein, zwei Millionen weniger, ist nicht der springende Punkt.

Die Versessenheit auf das Streaming ist problematisch, der Boom gerät gerade an seine Grenzen, und in der hitzigen ordnungspolitischen Diskussion um das Gesetz findet eine Frage zu wenig Beachtung: Hat man die Kinos vergessen? Wie wären sie betroffen von einer «Lex Netflix»?

Scorsese ist kein Schweizer

Die Befürworter betonen gerne, das Umwerfende an der Investitionspflicht sei, dass sie niemanden nur einen Rappen koste. Denn es handle sich mitnichten um eine Steuer, ganz gleich, wie unermüdlich die Gegenseite den Kampf begriff bemühe. Die Sorge über einen signifikanten Anstieg der Abopreise sei auch nicht näher begründet. Trotzdem hat alles seinen Preis – und am Ende, so steht zu befürchten, bezahlen hier die Kinos.

Denn die ideologischen Ellbogen einmal eingefahren, nüchtern betrachtet: Was konkret passiert bei einem Ja? Die Streamingdienste haben verschiedene Möglichkeiten, ihrer Investitionspflicht nachzukommen: Entweder sie produzieren in der Schweiz, kaufen sich die Auswertungsrechte an Schweizer Filmen oder bezahlen eine Ersatzabgabe, die in den staatlichen Fördertopf geht.

Alle wünschen sich Schweizer Netflix-Produktionen, endlich internationales Flair! Vergessen geht: Netflix produziert für – Netflix. Kinoproduktionen würden mit dem finanziellen Zustupf nicht realisiert werden. Denn ein Streamingportal will keine Kinotickets verkaufen, sondern Abos. Manchmal lassen sich die Firmen erweichen, Martin Scorsese kann sagen: Ich arbeite mit Netflix, will aber, dass mein Film trotzdem in die Kinos kommt. Ein Stefan Haupt kann das eher nicht.

Nun wird niemand zu seinem Netflix-Glück gezwungen. Wer will, kann weiter fürs Kino inszenieren. Wenn er denn noch Mitstreiter findet. Das lässt sich nicht zuletzt in Deutschland beobachten: Die Streamingdienste sorgen mit ihren Grossproduktionen für Beschäftigung, was natürlich verdienstvoll ist: Einem Regieassistenten, einer Tontechnikerin oder auch einem Schauspieler bietet ein längerfristiges Serienprojekt finanzielle Sicherheiten. Auf der anderen Seite klagen Filmproduzenten in der Schweiz schon jetzt über Personalmangel.

Nummer 1 ist der polnische Erotikfilm

Das Argument, dass dank den Investitionen dereinst mehr junge Leute in Filmberufen ausgebildet würden, wirkt gesucht. Auf Netflix kann man vielleicht Filme in anderthalbfacher Geschwindigkeit schauen: Filmtechniker lassen sich nicht im Schnellvorlauf hervorbringen. Würden also die grossen Streamingdienste hierzulande produzieren, hätten Filmemacher, die für das Kino arbeiten, das Nachsehen.

Darüber hinaus: Wissen die Schweizer Filmschaffenden, was sie sich herbeiwünschen? Die amerikanischen Konzerne fahren keinen Kuschelkurs, allzu viele Freiheiten sollten sich die Kreativen nicht erhoffen. Streamer machen Massenware, Schweizer Filmschaffende machen sich Illusionen.

Ja, es gibt herausragende Serienprojekte, die Befürworter der Vorlage buchstabieren sie gerne durch: «La casa de papel», «Lupin», «Ozark». Aber das Bild von den Streamingdiensten, die der Filmkunst frönen, scheint dennoch arg bemüht. Das Kerngeschäft der Portale ist die Zerstreungsware, das Publikum will es gar nicht anders: Der in der Schweiz derzeit beliebteste Titel auf Netflix ist der polnische Erotikfilm «365 Days: This Day». Schlimm ist das nicht, nur sollte man wissen, worauf man sich einlässt: Statt «Zwingli» und «Monte Verità» ein Softporno – tobt euch aus, liebe Schweizer Filmemacher!

Filmstill aus der Netflix-Serie «Lupin», mit Omar Sy als Assane Diop. Chona Kasinger / Bloomberg

Vielleicht sind die Streaminganbieter aber auch besser beraten, sich die Rechte an bestehenden Filmen und Serien zu kaufen, das ist schnell erledigt, es spricht wenig dagegen: Man sichert sich frühzeitig die verheissungsvollsten Schweizer Titel, grast das Feld ab. Filme wie «Platzspitzbaby», «Zwingli» oder «Wolkenbruch» würden dann nicht mehr ins Kino kommen, sondern direkt als Content bei den Plattformen aufgeschaltet werden.

Schweizerische Konfliktscheu

Die Couch sei bequemer als der Kinosessel, kann man argumentieren. Nur sollte man sich nichts vormachen: Für die Kinos, aber auch die Verleiher wäre der Verlust der einheimischen Zugpferde verheerend. Hinter vorgehaltener Hand hört man entsprechende Bedenken, aber öffentlich äussern mag sich niemand – ist es die Angst, ins Lager der Gegenseite gestellt zu werden? Die Befürchtung, es sich mit den Kollegen in der Branche zu verscherzen? Eine grundsicherliche Konfliktscheu?

Die Abstimmung wird eng. Dem Schweizer Film hängt ein schlechtes Image an, die Gegner der Vorlage verhöhnen das hiesige Schaffen: Das ist ärgerlich, man möchte die Leute ins Kino setzen. Denn der Schweizer Film ist gut. Er feiert Festival- Erfolge fast am laufenden Band.

So haben die Gebrüder Zürcher («Das Mädchen und die Spinne») und Cyril Schäublin («Unruhe») an der Berlinale bedeutende Preise gewonnen, Ursula Meier mischt seit Jahren international mit, Simon Jaquemet oder Basil da Cunha beweisen, dass auch Kantiges aus der Schweiz kommen kann, und Andreas Fontana hat mit seinem Bankierthriller «Azor» einen Film gedreht, der von der «New York Times» bis hin zum «Guardian» gefeiert wurde wie selten einer. Bloss in der Schweiz hatte er kaum Zuschauer. Das ist ein Problem. Daran ändern aber auch Streamingmillionen nichts.

Appendix B: CODING SCHEME

SELECTIVE CODING	AXIAL CODING	OPEN CODING	WORD/QUOTE
<p>Foreign SVOD services' consequences for the Swiss film industry</p>	<p>Internationales Potential of CH (talents or productions)</p>	<p>existing potential</p>	<p>Ella Rumpf, die mit einer kleinen Rolle in «Succession» eingestiegen ist. Carla Juri, die mit Regisseuren wie Denis Villeneuve und Peter Greenaway arbeitet. Oder Bond-Regisseur Marc Forster, der in Hollywood gerade mehrere Filme mit Stars wie Tom Hanks, Gillian Anderson, Helen Mirren und Ewan McGregor in Arbeit hat. Wir sind gut im Exportieren. Von Fachkräften. Nicht von Produkten.</p>
			<p>Es ist nicht undenkbar, dass aus der Schweiz einmal ein Serien- Trend kommt wie der «Scandi Noir» vor Jahren aus Dänemark.</p>
			<p>Die Serie ["Tschugger"] wird bald in Deutschland und Österreich zu sehen sein, geplant ist auch eine englische Version, die weltweit läuft.</p>
			<p>Will heissen, es gibt schon heute und ohne die «Lex Netflix» Schweizer Produktionen, die für internationale Streaminganbieter interessant sind. Ganz einfach, weil sie gut gemacht sind.</p>
			<p>Es gibt sie also, diese Erfolgsgeschichten. Schweizer Filmschaffende dürfen und sollen selbstbewusst auftreten.</p>
			<p>Das ist ärgerlich, man möchte die Leute ins Kino setzen. Denn der Schweizer Film ist gut. Er feiert Festival- Erfolge fast am laufenden Band.</p>
			<p>So haben die Gebrüder Zürcher («Das Mädchen und die Spinne») und Cyril Schäublin («Unruhe») an der Berlinale bedeutende Preise gewonnen, Ursula Meier mischt seit Jahren international mit, Simon Jaquemet oder Basil da Cunha beweisen, dass auch Kantiges aus der Schweiz kommen kann, und Andreas Fontana hat mit seinem Bankierthriller «Azor» einen Film gedreht, der von der «New York Times» bis hin zum «Guardian» gefeiert wurde wie selten einer.</p>
			<p>Serien wie «Tschugger», die von uns erzählen, aber überall funktionieren.</p>
			<p>Gute Geschichten lauern überall. In der Familie, im Beruf, in der Freizeit. Diese Geschichten einzufangen und auf die Leinwand zu bannen, ist die grosse Herausforderung, die sich uns Filmschaffenden jeden Tag stellt.</p>
			<p>«Ich finde diesen Vorwurf hanebüchen! Wir haben eine tolle Filmbranche: Sie brachte uns Kassenschlager wie «Göttliche Ordnung». Ich will, dass unsere Swissness auch im Ausland gesehen wird.»</p>
<p>Und die Schweiz? Die beweist mit raren Einzelfällen, dass sie Potential für den internationalen Markt hat. Toll, dass dieses jetzt weiter angekurbelt wird! Michael Steiners «Wolkenbruch» etwa wurde auf Netflix bereits über zwölf Millionen Mal gestreamt. Von wegen Nischenproduktion!</p>			
<p>Und die Schweiz? Was hat sie zu bieten? International gefragte Einzeltalente. Eine Regisseurin wie Lisa Brühlmann, die mit ihrem Spielfilm «Blue My Mind» als Visitenkarte spielend den Einstieg in die amerikanische Serienmaschinerie geschafft hat und auch bereits für einen Emmy nominiert wurde.</p>			
<p>Die Schauspielerin Luna Wedler, die – ebenfalls dank «Blue My Mind» – in Deutschland zum Superstar geworden ist.</p>			
<p>Der Netflix-Batzen würde bei Netflix automatisch auch ein steigendes Interesse, eine Neugier und eine</p>			

		motivation and goal of potential	Erwartungshaltung an die Schweiz erzeugen. Die hiesige Filmbranche wäre in einer Bringschuld.
			Wäre es nicht fantastisch, wenn die Schweiz in Zukunft in der globalisierten Streaming-Kultur mitmischen könnte?
			Wenn sie [die Schweiz] für ausländische Produzenten attraktiver wäre?
			Wenn sich eine Schweizer, eine isländische und eine finnische Drehbuchautorin gemeinsam in einem Writers Room für den nächsten Walliser Gletscherkrimi fänden?
			Ein äusserst wünschenswerter Nebeneffekt dieser Investitionspflicht ist nun, dass sie den Weg öffnet für neue Formen der Zusammenarbeit mit ausländischen Streaminganbietern wie etwa Netflix.
			«Das Ziel ist, dass auf den Streaming-Plattformen und auch in den TV-Stationen nicht nur US-Serien gezeigt werden, sondern eben in Bälde auch Schweizer Serien oder Schweizer Filme mit Schweizer Schauspielern, mit Schweizer Regisseurinnen, mit Schweizer Kamerafrauen, gedreht in der Schweiz, mit Serviceleistungen aus der Schweiz.»
			Damit finden unsere Filme einen bedeutend einfacheren Zugang zum internationalen Markt und einen Weg in die weite Welt. Wer wollte das nicht unterstützen?
			[Wir wollen] Schweizer Geschichten mit einem universellen Kern erzählen.
			[Wir wollen] Filme und Serien exportieren
			Das klingt doch verlockend: Es entstünde ein Gegengewicht zur von SRF dominierten Filmlandschaft, und die einheimischen Produktionshäuser dürften im Tandem mit Netflix millionenschwere, international ausgerichtete Filme und Serien stemmen . Traumhafte Aussichten also für die Schweizer Filmproduzenten?
			Zweitens die Möglichkeit, einen Spielfilm oder eine Serie mit einem höheren Produktionsbudget zu realisieren – denn die Streamingdienste denken gross und global.
			Und drittens die Chance, neue Formate zu entwickeln und diese auf jenen Plattformen zu zeigen, wo heute das junge Publikum ist – nicht nur in der Schweiz, sondern weltweit.
			Bei einer Annahme des neuen Filmgesetzes würde die Schweizer Filmbranche viel Geld und neue Aufmerksamkeit von Streaming-Anbietern wie Netflix erhalten
			Alle wünschen sich Schweizer Netflix-Produktionen, endlich internationales Flair!
			Ein weltoffenes, neugieriges Ja. Ein Ja mit viel Zukunft.
			Die Schweiz will ihre filmischen Erzeugnisse in die Welt hinausgetragen sehen;
			[Wir wollen] Uns der Konkurrenz stellen
Dabei wäre genau dies das Ziel: Die Schweiz selbstbewusst mit der Welt zu vernetzen.			
Sie [die Schweiz] auf der Streaming-Weltkarte der grossen Player genauso zu verorten wie das vergleichbar kleine Dänemark.			
Das neue Filmgesetz bietet die grosse Chance, Schweizer Produktionen auf internationales Niveau zu hieven.			
Filme, die inhaltlich und qualitativ so hochstehend sind, dass diese nicht nur das zahlende Publikum in der Schweiz, sondern auch im Ausland erreichen.			
In der vom Filmgesetz geforderten 4-Prozent-Abgabe auf die Umsätze der Streaming-Anbieter liegt die grosse Chance auf Schweizer Produktionen von internationalem Niveau.			
Denn mit den aktuellen Förderpraktiken ist es nur schwer möglich, Geschichten so umzusetzen, dass diese internationalen Sehgewohnheiten und Standards genügen.			

<p>SVOD as a necessity for the international competitiveness of Swiss filmmaking</p>	<p>Immer wieder mal hören wir die Forderung, unsere Serien, unsere Filme müssten mit der ausländischen Konkurrenz mithalten können, wir müssten uns eben dem freien Markt stellen.</p>
	<p>Würde sich das Gesetz von diesem Schlag erholen? Immerhin ist es für unsere internationale Konkurrenzfähigkeit sowie die Zusammenarbeit mit dem Ausland von grosser Bedeutung:</p>
	<p>Wenn in den Nachbarländern teilweise bedeutende Investitionspflichten von bis zu 25 Prozent herrschen und sich die Schweiz mit einem Prozent begnügt, dann sind Schweizer Filmschaffende nicht zuletzt bei internationalen Koproduktionen benachteiligt und laufen Gefahr, nicht mehr berücksichtigt zu werden.</p>
	<p>«Das ist der einzig richtige Weg, um den internationalen Anschluss nicht zu verlieren, denn die meisten Länder Europas kennen bereits vergleichbare Pflichten.»</p>
	<p>Wenn Nachbarländer bedeutsame Investitionsvorgaben kennen, die Schweiz aber nicht, dann sind wir Schweizer Filmschaffenden benachteiligt und werden im Prozess teils von Beginn an vergessen» wird Elena Pedrazzoli, Co-Präsidentin der Gruppe Autoren, Regie, Produktion (GARP), zitiert.</p>
	<p>Damit würde sie allerdings der eigenen Filmbranche einen Wettbewerbsnachteil verpassen</p>
	<p>Schweizer Filmschaffende sehen im Gesetz eine wichtige Stütze, um den Anschluss an die ausländische Konkurrenz nicht zu verlieren.</p>
	<p>Mit geringeren Mitteln würden hiesige Filmemacher etwa auch für Koproduktionen nicht mehr berücksichtigt.</p>
	<p>Und was sie in der Schweiz an Wertschöpfung erzielen, stecken sie dann eben anderswo in die Filmwirtschaft – etwa in Spanien, wo Streamingdienste schon jetzt fünf Prozent ihres Umsatzes investieren müssen.</p>
	<p>Doch solange Netflix in der Schweiz nicht muss, wird es das in erster Linie in Deutschland tun: Dort nämlich müssen Streamingdienste 2,5 Prozent ihres Umsatzes abgeben – und zwar direkt an die Filmförderung.</p>
	<p>Wieso also sollten Netflix und Co. nicht auch etwas für «unseren» Film tun und dazu beitragen, ihn international konkurrenzfähig zu machen?</p>
	<p>Nur so [mit Einführung Lex Netflix] könne die Schweiz als Ort für Filmproduktionen wettbewerbsfähig bleiben, schrieb dazu im Oktober CinéSuisse, der Verband der Film- und Audiovisionsbranche.</p>
	<p>Die Befürworter erwarten, dass der Schweizer Film so wettbewerbsfähiger wird.</p>
	<p>Das Geld würde ansonsten in andere Länder fließen</p>
	<p>Auch unsere Stars wie Luna Wedler und Ella Rumpf würden wohl öfter in der Schweiz drehen, zudem würden weniger Talente ins Ausland abwandern.</p>
	<p>Und vor allem: Es gäbe eine grössere Anzahl von Talenten, die zu uns kommen.</p>
	<p>Die Schweiz würde vermehrt an internationalen Koproduktionen beteiligt werden. Internationale Serien würden in der Schweiz gedreht.</p>
	<p>Die hiesige Filmwirtschaft wiederum hat das Nachsehen, weil solche Investitionspflichten für Streamingdienste anderswo längst in Kraft sind – etwa in allen Nachbarländern ausser Österreich.</p>
<p>Filme oder Co-Produktionen aus der Schweiz hätten demgegenüber ohne Unterstützung der ausländischen Konzerne einen deutlich schlechteren Stand.</p>	
<p>Es geht nicht darum, die Welt der Streaming-Portale zu verschweizern, sondern darum, der Schweizer Film- und</p>	

		Serienproduktion den Anschluss zu sichern, damit sie ebenfalls zum Player wird.	
		Sonst verschwindet sie [die Schweiz] in der Bedeutungslosigkeit	
		Um das finanzielle Schicksal und die internationale Wettbewerbsfähigkeit der hiesigen Filmschaffenden – ohne Zweifel wichtige Vertreter unserer Zivilgesellschaft – brauchen wir uns übrigens keineswegs zu sorgen: Bereits heute fliessen jährlich mehr als 120 Millionen Franken aus öffentlicher Hand in das schweizerische Filmschaffen.	
		Wie soll das möglich sein, wenn uns viel weniger Geld zur Verfügung steht als unserer Konkurrenz im Ausland?	
		Dabei wäre es höchste Zeit, endlich aufzuschliessen	
		Damit meinte er die Regelungen in den anderen Ländern: Vielerorts gibt es bereits Abgabe- und Investitionspflichten für Streamingdienste. Bundesrat Berset appellierte dazu an die Bevölkerung, das Filmgesetz anzunehmen, damit die Schweiz nicht als letztes Land nachzieht.	
		und [wir wollen] bei internationalen Koproduktionen mitwirken	
		Bei einem Nein müsste sie sich von der Landkarte globalisierter Sehgewohnheiten verabschieden.	
		Bei einem Nein müsste sie sich von der Landkarte globalisierter Sehgewohnheiten verabschieden.	
	SVOD services as a threat to the Swiss film industry	Cinemas and Distributors	Will heissen: Die Streaminganbieter sollen sich konkret einbringen, in der Herstellung wie im Einkauf. Aber ist das eine kluge Idee?
			Mögliche Folgen liegen auf der Hand: In erster Konsequenz würden die Streaminganbieter Inhalte aufkaufen, mutmasst ein Schweizer Branchenvertreter, der ungenannt bleiben will, weil er weiss, wie unbeliebt er sich mit seiner Haltung bei den Kollegen macht. Er glaubt, dass dies für Netflix und Co. der einfachste Weg wäre, der Investitionspflicht nachzukommen: «Sie werden hingehen und Filme vom Markt wegkaufen. Sie kaufen sie den Kinos weg, und sie kaufen sie den Verleihern weg.»
			Darin [beim Wegkauf von Inhalten von den Kinos & Verleihern] liege tatsächlich eine «grosse Gefahr», gibt Yves Blösche zu, geschäftsführender Partner bei Filmcoopi Zürich, dem renommiertesten Schweizer Filmverleih
			Beim jetzigen Ansatz, so räumt er [Yves Blösche] ein, gebe es Fragezeichen. Wenn etwa die grossen Schweizer Produktionen gar nicht mehr in die Kinos kämen, sondern nur noch exklusiv auf Streamingplattformen erhältlich wären, dann hätte man ein Problem.
			Doch wieso gehen die Kinos und Verleihfirmen dieses Risiko ein? Wieso haben sie sich nicht kritisch eingemischt in der Debatte?
		Es sei nicht zu befürchten, dass wegen der Gesetzesänderung die Schweizer Kinos leer blieben, sagte Ivo Kummer, Leiter Sektion Film beim Bundesamt für Kultur (BAK).	
		Die Verleiher, die Kinos und deren Besucher werden zu Geprellten, wie übrigens auch die Filmschaffenden.	
		Müssten Streamingdienste bei uns investieren, könnten sie sich darauf verlegen, Schweizer Spielfilme für ihren Katalog aufzukaufen, die im Kino besser aufgehoben wären. Mit dem Effekt, dass die Titel komplett untergehen.	
		Hat man die Kinos vergessen? Wie wären sie betroffen von einer «Lex Netflix»?	
		Trotzdem hat alles seinen Preis – und am Ende, so steht zu befürchten, bezahlen hier die Kinos.	
		Vergessen geht: Netflix produziert für – Netflix. Kinoproduktionen würden mit dem finanziellen Zustupf nicht realisiert werden. Denn ein Streamingportal will keine Kinotickets verkaufen, sondern Abos.	

			Nur sollte man sich nichts vormachen: Für die Kinos, aber auch die Verleiher wäre der Verlust der einheimischen Zugpferde verheerend.
			Dass das bewunderte dänische Kino in den letzten Jahren wenige Festivalerfolge feierte, weil nämlich mehr und mehr Produktionen direkt auf Plattformen landeten, müsste einem hingegen zu denken geben.
			Offenbar sind nicht alle Mitglieder im Verband überzeugt von der Lösung, die Cinésuisse als Dachorganisation der schweizerischen Film- und Audiovisions- branche ausgehandelt hat.
		Dependency on SVOD companies	Darüber hinaus: Wissen die Schweizer Filmschaffenden, was sie sich herbeiwünschen? Die amerikanischen Konzerne fahren keinen Kuschelkurs, allzu viele Freiheiten sollten sich die Kreativen nicht erhoffen.
			Streamer machen Massenware, Schweizer Filmschaffende machen sich Illusionen.
			Kein Schweizer Produzent wird gezwungen sein, mit Netflix zu arbeiten. Aber alle werden sich nach Netflix richten müssen.
			Wenn ein gewinnorientierter Streaming-Dienst einen Film finanziert, richtet er sich nach dem Massengeschmack.
			So gefährdet eine Umsatzverminderung von vier Prozent die Existenz von kleineren Filmanbietern. Die Marktbeherrscher hingegen holen das Beste heraus, indem sie künftig etwa auf exklusive Filmrechte setzen zu einem für die Branche meist unbezahlbaren Preis.
			Die Streamer werden die Rechnung gemacht haben: Man kann sie zu Abgaben zwingen, aber wenn's ihnen zu teuer und zu anstrengend wird, produzieren sie einfach woanders.
			Auch das zeigt sich in Deutschland. Dort sorgt die aggressive Personalpolitik des amerikanischen Unternehmens dafür, dass Kinoproduktionen kaum noch Personal finden; Techniker und Schauspieler sind monatelang für Netflix-Serien abbestellt.
	Er sagt aber auch: «Interessant wäre es, wenn die Investitionen in die staatliche Filmförderung einbezahlt würden. Denn dann könnte das Geld anhand eines sinnvollen Schlüssels verteilt werden.»		
External international influences from SVOD services	Revenues generated by foreign SVOD companies in Switzerland		Wieso sollte man die ausländischen Konzerne also verpflichten, auch nur vier Prozent ihres in der Schweiz erzielten Umsatzes in die hiesige Milchproduktion zu investieren, wie das in anderen Ländern bereits üblich war?
			Streaming- Dienste wie Netflix oder Google Play (...) verdienen in der Schweiz viel Geld.
			Streaming- Dienste wie Netflix oder Google Play (...) verdienen in der Schweiz viel Geld.
			Die Investitionspflicht dürfte laut BAK «die grössten Anbieter aus dem Ausland sowie die Marktführer in der Schweiz betreffen» –
			Denn neu sollen auch ausländische Filmanbieter zur Kasse gebeten werden.
			Rückblende: Der Bundesrat hatte vorgeschlagen, dass künftig auch Streaming-Plattformen sowie ausländische Werbefenster vier Prozent ihrer Bruttoeinnahmen ins Schweizer Filmschaffen investieren.
			Aber diejenigen Filmschaffenden mit guten Nerven vertrauen darauf, dass sich die Politik am Schluss für ein griffiges Gesetz und für eine faire Konkurrenzsituation für unsere Branche entscheidet und dagegen, dass das Geld der grossen Anbieter einfach abfließt.
			in neues Filmgesetz will neben den einheimischen TV-Sendern auch grosse internationale Videoplattformen wie Netflix, Amazon oder Disney in die Pflicht nehmen.
			in neues Filmgesetz will neben den einheimischen TV-Sendern auch grosse internationale Videoplattformen wie Netflix, Amazon oder Disney in die Pflicht nehmen.

		Erstens sollen Streamingdienste wie Netflix zur Kasse gebeten werden. Ein Teil ihrer in der Schweiz erzielten Einnahmen soll künftig in die hiesige Filmbranche fliessen.
		Nicht nur die prozentuale Höhe der Abgabe ist entscheidend. Sondern auch die Frage, wer sie zahlen muss. Der Reiz der «Lex Netflix» mag auch darin liegen, dass Geld von US-Grosskonzernen an die Schweizer Filmbranche fliesst.
		Internationale Videoplattformen wie Netflix, Amazon oder Disney sowie einheimische TV-Sender sollen jährlich mindestens 4 Prozent ihres in der Schweiz erzielten Umsatzes in das Schweizer Filmschaffen investieren;
		Neu gilt die Investitionspflicht auch für die weit über 300 Millionen Franken pro Jahr, die ausländische Sender über Schweizer Werbefenster erwirtschaften.
		Die Pipelines liefen also ohne Reibungsverlust in beide Richtungen: Sie lieferten die Milch, und der Ertrag floss vollumfänglich zurück zu den Grosskonzernen im Ausland.
		Die Befürworterseite argumentiert dagegen, im Kern gehe es darum, dass in der Schweiz erzielte Gewinne auch hierzulande reinvestiert statt ins Ausland abgeführt zu würden.
		Die Vorlage stelle sicher, dass ein Teil des in der Schweiz erzielten Umsatzes in der Schweiz bleibe, sagte der EDI-Vorsteher weiter.
		Bei einem Nein würden alle Einnahmen der Streaminganbieterinnen weiterhin aus der Schweiz ins Ausland fliessen, hiess es in einer Mitteilung. [von Cinésuisse]
		Die Vorlage stelle zudem sicher, dass ein kleiner Teil des in der Schweiz erzielten Umsatzes im Land bleibe.
		Ausserdem argumentieren die Befürworter der «Lex Netflix», dass internationale Streaminganbieter in der Schweiz sehr viel Geld verdienen. Geld, das heute ausschliesslich ins Ausland fliesse. Mit dem neuen Filmgesetz würden zumindest vier Prozent dieser Einnahmen in die Schweiz zurückfliessen.
		Auch wenn dich das weiterhin alles nicht interessiert, ist es ganz einfach eine wirtschaftliche Überlegung. Streamingplattformen verdienen sehr viel Geld in der Schweiz, in Europa.
		Der Grundgedanke: Wer in der Schweiz Filme anbietet, soll sich auch an der hiesigen Produktion beteiligen.
		Heute erzielen Streamingriesen in der Schweiz geschätzt rund 200 Millionen Franken Umsatz pro Jahr – Erträge, die restlos ins Ausland abfliessen.
		Die Streamingdienste und die ausländischen TV-Sender machen in der Schweiz bedeutende Umsätze – total über 600 Millionen Franken pro Jahr. Dieses Geld fliesst heute fast gänzlich ins Ausland ab.
		Ausserdem argumentieren die Befürworter der «Lex Netflix», dass internationale Streaminganbieter in der Schweiz sehr viel Geld verdienen. Geld, das heute ausschliesslich ins Ausland fliesse.
		Parlament und Bundesrat meinten es ja eigentlich gut, sie wollen verhindern, dass die Schweiz «ein Selbstbedienungsladen für globale Grosskonzerne» ist (Bundesrat Alain Berset);
		Streaming- Dienste wie Netflix oder Google Play werden wichtiger – und verdienen in der Schweiz viel Geld.
		Streaming- Dienste wie Netflix oder Google Play werden wichtiger – und verdienen in der Schweiz viel Geld.
		Diese wollen mit dem neuen Kulturgesezt die <u>grossen</u> Streaminganbieter zu Investitionen in das hiesige Filmschaffen verpflichten.
		Die Damen und Herren Volksvertreter in Bern meinten es gut. Sie wollten die jahrzehntealte cineastische Tradition der Schweiz wiederbeleben und die allzu mächtigen US-Giganten in die Pflicht nehmen.

			Der Streaming-Riese Netflix veröffentlicht zwar keine Zahlen über seinen Umsatz in der Schweiz.	
			Wir Filmschaffenden fragen uns, weshalb die Streamingdienste in der Schweiz nicht wie anderswo einen Teil ihrer äusserst soliden Umsätze wieder reinvestieren.	
			Um an die Gelder von Netflix und Amazon heranzukommen, sind Politikerinnen und Politiker offenbar bereit, die privaten TV- Sender zu opfern.	
			Wer in der Schweiz Filme ausstrahle, solle zur Produktion beitragen, findet Blösche.	
			Heute fliessen hier erzielte Gewinne zurück ins Ausland.	
			Was die Wortführer nicht sagten: Wenn die Abopreise von Plattformen wie Netflix oder auch Amazon so attraktiv sind, dann lag das bislang nicht zuletzt an deren notorischen Steuervermeidungsstrategien.	
			Den Betreibern dieser Pipelines war die hiesige Milchwirtschaft egal. Steuern zahlten sie hier kaum, Arbeitskräfte hatten sie vor Ort auch nicht nötig.	
			Letzteres ist relevant, weil es schwierig sein dürfte, eine Firma ohne Sitz in der Schweiz zu Investitionen zu zwingen.	
	SVOD exemplifies the complicated relationship between Switzerland	PRO		Die Kulturkommission will genauer wissen, wie die Schweizer Abgabe im europäischen Vergleich zu verorten ist.
				Das BAK argumentiert, die Plattformen müssten in rund der Hälfte der europäischen Länder schon heute zahlen.
				Cinésuisse, der Dachverband der Film- und Audiovisionsbranche, argumentiert, im europäischen Vergleich läge die Schweiz mit der Abgabe im «Mittelfeld», hinter Frankreich, Italien und Spanien.
				Zudem werde die Quote auch in den umliegenden Ländern so angesetzt.
				Die für uns relevanten Nachbarländer verlangen teils wesentlich mehr – Spitzenreiter ist Frankreich, wo Streamingplattformen seit Anfang Jahr 20 bis 25 Prozent ihres Umsatzes wieder ins Filmschaffen investieren müssen. Die vorgeschlagenen 4 Prozent sind also eine vergleichsweise moderate Summe.
				Denn inzwischen kennen viele europäische Länder solche Investitionspflichten, mit denen das heimische Filmschaffen ohne Steuergeld gefördert wird.
		Wenn in den Nachbarländern teilweise bedeutende Investitionspflichten von bis zu 25 Prozent herrschen und sich die Schweiz mit einem Prozent begnügt, dann sind Schweizer Filmschaffende nicht zuletzt bei internationalen Koproduktionen benachteiligt und laufen Gefahr, nicht mehr berücksichtigt zu werden.		
		«Das ist der einzig richtige Weg, um den internationalen Anschluss nicht zu verlieren, denn die meisten Länder Europas kennen bereits vergleichbare Pflichten.»		
		Wenn Nachbarländer bedeutsame Investitionsverpflichtungen kennen, die Schweiz aber nicht, dann sind wir Schweizer Filmschaffenden benachteiligt und werden im Prozess teils von Beginn an vergessen» wird Elena Pedrazzoli, Co-Präsidentin der Gruppe Autoren, Regie, Produktion (GARP), zitiert.		
		Und im europäischen Vergleich sind die Pläne des Bundesrats für eine «Lex Netflix» ganz moderat.		
		Gemäss dem Bundesamt für Kultur gilt etwa in Dänemark für Streamingplattformen eine Investitionspflicht von zwei Prozent, in Spanien sind es fünf Prozent, in Italien gar deren zehn – und im traditionell sehr protektionistischen Frankreich liegt sie für Streamingdienste mit Abomodell bei 25 Prozent. In Deutschland ist der Ansatz zwar niedriger, doch die 2,5 Prozent, die die umsatzstärksten Plattformen zu entrichten haben, können dort nicht frei investiert werden, sondern gehen als Abgabe direkt in die Filmförderung.		

		<p>Auch der Zürcher FDP-Ständerat Ruedi Noser argumentierte pragmatisch: «Tatsache ist, dass jedes europäische Land solche Abgaben kennt – jedes einzelne.»</p> <p>Relativiert wird die Kostenerhöhungs-Vermutung durch die Tatsache, dass sowas wie eine «Netflix»-Abgabe in anderen Ländern bereits existiert und diese in den Daten keine Ausreisser darstellen.</p> <p>Die «NZZ» schrieb irreführenderweise, dass eine Umsatzabgabe in der Höhe von vier Prozent in kaum einem anderen europäischen Land existiere.</p>
		<p>Tatsächlich gibt es sie aber, auch wenn sie nicht direkt vergleichbar sind. In Frankreich gilt eine «Investitionspflicht» in der Höhe von 25 Prozent, Italien verlangt 20 Prozent. Dies führte nicht zu einer einschneidenden Verdünnung des Angebots.</p> <p>Frankreich knüpfte die Investitionspflicht an ein kompliziertes Berechnungssystem, das den Zugang zu neuen Kinofilmen beschränkt. Vereinfacht gesagt bezahlt Netflix in Frankreich eine Abgabe, wenn sie Filme wenige Wochen oder Monate nach dem Kinostart ins Angebot aufnehmen will.</p> <p>Sie argumentieren damit, dass Streamingdienste in Ländern wie Frankreich sogar 20 bis 25 Prozent ihres Umsatzes für die nationale Filmförderung opfern müssen.</p> <p>Das will der Bund nun über das Filmgesetz ändern, um die neuen Plattformen endlich auch in die Pflicht zu nehmen, wie das in fast allen westeuropäischen Ländern schon gängige Praxis ist.</p>
		<p>Gleich lange Spiesse für alle, so lautet das Argument mit Blick auf das Ausland, wo besagte Konzerne teilweise deutlich mehr zahlen müssen.</p> <p>In Frankreich geben sie bis zu 26, in Italien 20 Prozent an die heimische Branche ab. In Deutschland sind es nur maximal 2,5 Prozent, aber auch dort fordern die Produzentenverbände eine Erhöhung auf 25 Prozent.</p> <p>Die 4 Prozent sind verglichen mit den Anteilen im nahen Ausland sehr moderat. In Frankreich sind es 26 Prozent, in Italien 20 Prozent, und in Deutschland wird gar eine Abgabe erhoben.</p> <p>Die EU fordert von Netflix und Co., in Europa mindestens 30 Prozent europäische Filme anzubieten.</p> <p>Die Verpflichtung für Streamingdienste, mindestens dreissig Prozent europäische Filme und Serien zu zeigen, komme in der EU bereits zur Anwendung und liege unter den Vorgaben für Fernsehsender.</p> <p>Ein weiteres Argument ist, dass die meisten europäischen Länder bereits eine solche Abgabe für Streamingdienste kennen.</p> <p>Die meisten Länder verpflichten die Streamer deshalb dazu, einen Teil der Einnahmen wieder im jeweiligen Land zu investieren. Wieso soll die Schweiz als fast einziges Land nicht von solchen Investitionen profitieren?</p> <p>«Ich sage Ihnen, ich kenne die Leute von Netflix! Wenn wir die vier Prozent Förderquote nicht reinbringen, verpasst die Schweiz den Zug nach Europa.»</p> <p>Aus diesem Grund haben viele andere Länder in ihren Gesetzen ähnliche Regeln vorgesehen: Sie verlangen von Streamingplattformen Abgaben oder verpflichten sie zu Investitionen in die heimische Produktion. Teilweise gehen die Vorgaben weiter, als dies in der Schweiz vorgesehen ist. In Frankreich beträgt die Abgabe beispielsweise 26 Prozent</p> <p>Und das Modell mit vier Prozent Investitionspflicht wäre vergleichsweise liberal: Deutschland etwa verlangt Netflix und Co. zwar nur 2,5 Prozent des Umsatzes ab – aber diese sind als Abgabe direkt an die staatliche Filmförderung zu leisten.</p> <p>Denn in den EU-Ländern gilt diese Quote schon jetzt</p>

		Dabei kennt ein Grossteil der Länder in Europa bereits Abgaben in die eigene Filmproduktion.
		Für die Filmbranche aus der kleinen Schweiz bringt das Gesetz also die gleichen Bedingungen wie in anderen europäischen Ländern –
		Diese Vorgabe existiert in der EU schon lange.
		Ein weiteres Argument ist, dass die meisten europäischen Länder bereits eine solche Abgabe für Streamingdienste kennen.
		Immer dann, wenn diesen nur dürftige Argumente für eine staatliche Vorzugsbehandlung gewisser Branchen einfallen, ziehen sie die Joker-Karte. Auf dieser steht: Die anderen Länder tun es auch.
		Auch die Schweizer Filmlobby zeigt im Abstimmungskampf auf die Nachbarländer. So gilt in Frankreich und Italien eine Investitionspflicht von 26 beziehungsweise 20 Prozent des Umsatzes. Im Vergleich zu diesen beiden europäischen Extremfällen nehmen sich die in der Schweiz vorgesehenen 4 Prozent bescheiden aus.
		In Frankreich untersteht Netflix bereits einer Abgabe- und Investitionspflicht von 20 Prozent seines Umsatzes – und die Abo-Kosten sind nicht gestiegen. In Italien werden aktuell 17 Prozent investiert, Tendenz steigend, in Spanien 5 Prozent. In Deutschland fließen so 2,5 Prozent in die Filmförderung.
		Besonders Frankreich ist es gelungen, seinem eigenen Serienschaffen und Frankreich als Standort auf Netflix weltweit einen neuen Schub zu verleihen: «Marseille», «Lupin», «Emily in Paris» sind Publikumsliebhaber. Spanien brilliert mit «Haus des Geldes» oder «Élite», Deutschland ist mit «Dark» und «Biohackers» erfolgreich, Österreich mit «Freud».
		Es braucht für uns also die gleichen Bedingungen wie in unseren Nachbarländern. Deshalb ist das neue Filmgesetz eine Riesenchance.» (red) [David Constantin]
		Die hiesige Filmwirtschaft wiederum hat das Nachsehen, weil solche Investitionspflichten für Streamingdienste anderswo längst in Kraft sind – etwa in allen Nachbarländern ausser Österreich.
		CONTRA
		So hohe Verpflichtungen kennt kaum ein anderes europäisches Land, vom Rest der Welt ganz zu schweigen
		So hohe Verpflichtungen kenne kaum ein anderes europäisches Land, vom Rest der Welt ganz zu schweigen.
		Viele Bürgerliche stören sich zudem daran, dass die Schweiz eine Richtlinie übernehmen soll, die verlangt, dass 30 Prozent der gezeigten Filme aus Europa stammen.
Viele Bürgerliche stören sich zudem daran, dass die Schweiz eine Richtlinie übernehmen soll, die verlangt, dass 30 Prozent der gezeigten Filme aus Europa stammen.		
Manche ihrer Kollegen in Deutschland erleben eher Albtraumhaftes.		
ist diese Filmquote eine unheilvolle und illiberale Mischung aus paternalistischer Bevormundung des Konsumenten und eurozentristischem Protektionismus		
Kameras wurden sozusagen mitten im Dreh abgeschaltet, von heute auf morgen machten die Amerikaner ihre Produktionsstätten im Land dicht. Und nicht nur sie: Auch die nordländische Streamingplattform Viaplay und der dänische Fernsehsender TV2 wollen vorerst keine Serien mehr im Land produzieren. Es ist ihnen, schlicht und ergreifend, zu teuer geworden.		
Eurozentrismus, um die Vormacht der US-Filmindustrie zu bannen? Schwierig.		
HOW FAIRNESS PLAYS A ROLE IN		Damit soll gewährleistet werden, dass alle kommerziellen den hiesigen Anbietern gleichgestellt werden

<p>INTEGRATING FOREIGN SVOD COMPANIES</p>	<p>Equal treatment of domestic and non-domestic companies</p>	<p>Er argumentierte zudem mit einer Ungleichbehandlungen: Schweizer Fernsehsender müssen sowieso eine Abgabe an den Schweizer Film leisten, das ist im Radio und Fernsehgesetz festgelegt. Mit der jetzigen Vorlage wolle man ausländische Fernsehstationen, welche mit ihren Werbefenstern in der Schweiz über 300 Millionen Franken umsetzen und Plattformen wie Netflix verpflichten, in der Schweiz zu investieren.</p>	
		<p>Die Investitionspflicht gebe es bereits für die nationalen Anbieter.</p>	
		<p>Was für die Schweizer Fernsehsender gelte, solle auch für die Streamingplattformen gelten.</p>	
		<p>Doch defacto ist Teleclub damit gegenüber ausländischen Streaminganbietern im Nachteil. [Weil Teleclub bereits 4% abgeben muss]</p>	
		<p>Für die SRG und nationale TV-Stationen gilt bereits heute eine Investitionspflicht von 4% des Umsatzes.</p>	
		<p>Der Bundesrat war hingegen vom Fairnessprinzip unter den Playern ausgegangen.</p>	
		<p>Weil heute die SRG sowie Privatsender wie etwa Teleclub schon 4 Prozent ihres Umsatzes ins hiesige Filmschaffen investieren, sollten auch die neue Generation von Anbietern oder ausländische Sender mit Schweizer Werbefenstern einen gleichen Beitrag leisten.</p>	
		<p>Tatsächlich existiert für nationale Fernsehsender bereits eine Investitionspflicht von 4 Prozent des Umsatzes. Mit dem revidierten Filmgesetz gelten für Newcomer wie Netflix & Co. künftig die gleichen Regeln.</p>	
		<p>Oder mit den Worten von Bundesrat Alain Berset: Die «Lex Netflix» sorgt für gleich lange Spiesse.</p>	
		<p>Es gibt unterschiedliche Wege zu gleich langen Spiessen: Soll Airbnb Kurtaxen einziehen? Brauchen Uber-Fahrer eine Taxilizenz? Untersteht ein von Uber Eats vermittelter Pizzeria-Lieferant dem Postgesetz? Das sind keine einfachen Fragen.</p>	
		<p>Man kann, statt die Spiesse der Newcomer zu kürzen, jene der alteingesessenen Unternehmen verlängern.</p>	
		<p>Die Pflicht zu Investitionen in das helvetische Filmschaffen gelten nicht mehr nur für die gebührenfinanzierten SRG mit ihrem «Pacte de l'audiovisuel», sondern auch für die US-Streaming-Riesen und private TV-Sender wie 3+ oder Sat 1.</p>	
		<p>Wer die «Lex Netflix» bekämpft, verteidigt also nicht das eigene Portemonnaie, sondern nur die Sonderbehandlung internationaler Milliardenkonzerne, die ihre Profite dort versteuern, wo es billiger ist für sie.</p>	
		<p>Die «Lex Netflix» befürwortet er [Yves Blösch] dennoch. Denn er sieht keinen Grund, weshalb die Streaminganbieter von einer Investitionspflicht befreit sein sollten, während private Schweizer Pendanten wie 3+ eine solche zu entrichten hätten.</p>	
		<p>Diese Investitionspflicht gilt also nicht wie bis anhin nur für einheimische Filmanbieter wie Teleclub oder 3 Plus TV, sondern sie erfasst endlich auch die ausländischen.</p>	
		<p>Mit der sogenannten «Lex Netflix» sollen in- und ausländische Fernsehsender und Streamingdienste rechtlich gleichgestellt werden.</p>	
<p>Die Ungleichbehandlung von Fernsehen und Streamingdiensten solle damit beendet werden, der Schweizer Film gefördert und die Vielfalt des digitalen Angebots gestärkt werden.</p>			
<p>Mit der sogenannten «Lex Netflix» sollen laut Bundesrat und Parlament in- und ausländische Fernsehsender und Streamingdienste rechtlich gleichgestellt werden.</p>			
<p>Mit der Änderung des Filmgesetzes werden laut den Befürwortern die Streamingdienste in ihren Rechten und Pflichten den hiesigen Fernsehsendern gleichgestellt</p>			

		Es brauche Fairness und ein Mithalten mit der digitalen Entwicklung des Filmkonsums. Da sei es «nur logisch, dass ein Teil der Gelder in der Schweiz investiert wird».
		Ausserdem Sorge das Gesetz für die Gleichbehandlung von Fernsehsendern und Streamingdiensten.
		Glaubt man der Schweizer Filmbranche und dem Bundesamt für Kultur (BAK), geht es bei der sogenannten «Lex Netflix» um Fairness.
		Zudem sei es unfair, dass Schweizer Fernsehsender heute ins hiesige Filmschaffen investieren müssen, internationale Streamingdienste aber nicht.
		Mit der Änderung des Filmgesetzes werden laut den Befürwortern die Streamingdienste in ihren Rechten und Pflichten den hiesigen Fernsehsendern gleichgestellt.
		Bisher mussten die ausländischen Sender und die Streamingdienste die Schweizer Filmindustrie gar nicht unterstützen, ein Teil der inländischen Sender von CH Media aber schon.
		Gleiche Pflichten für alle also.
		Für die nationalen Privat-TV-Sender galt die 4-Prozent-Quote ohnehin schon bisher (in weit sanfterer Form, aber Klammerbemerkungen liest niemand).
		Heisst: Internationale Streamingkonzerne und ausländische Privatsender werden derzeit vom Gesetz gegenüber Schweizer Privaten begünstigt.
		Es ist also auch eine Anpassung ausländischer Unternehmen an bisherige Schweizer Bestimmungen.
Fair chances for Swiss filmmakers	Erstens sorgt das Gesetz laut Bundesrat Alain Berset für «gleich lange Spiesse».	
	Mit der sogenannten «Lex Netflix» wollte der Bundesrat «gleich lange Spiesse» schaffen, wie Alain Berset sagte.	
	«Es geht um gleich lange Spiesse für alle.» [Alain Berset]	
	Mit der Gesetzesänderung sollen «gleich lange Spiesse» geschaffen werden.	
	Damit könnten Verzerrungen und Unterschiede zu den Nachbarländern verhindert und die einheimische Produktion gefördert werden.	
	Mit dem jetzigen Gesetz reagiere der Bundesrat auf die aktuellen Entwicklungen im Filmgeschäft. Dieses verschiebe sich immer mehr ins Internet und darum sei es Sache des Gesetzgebers, für gleich lange Spiesse zu sorgen.	
	Gleich lange Spiesse für den Schweizer Film	
	Aber diejenigen Filmschaffenden mit guten Nerven vertrauen darauf, dass sich die Politik am Schluss für ein griffiges Gesetz und für eine faire Konkurrenzsituation für unsere Branche entscheidet (...)	
	Die Filmschaffenden hoffen, dass sich die Politik für eine faire Konkurrenzsituation in unserer Branche entscheidet.	
	Befürworter der «Lex Netflix» haben in der parlamentarischen Debatte betont, dass mit der Änderung des Filmgesetzes gleich lange Spiesse zwischen der Filmindustrie und den grossen Streaming-Anbietern wie Netflix oder Disney Plus geschaffen würden.	
Befürworter der «Lex Netflix» erhoffen sich von der Änderung des Filmgesetzes gleich lange Spiesse für die heimische Filmindustrie und die grossen Streaming-Anbieter wie Netflix oder Disney+.		
Die Idee dahinter: Wer Filme ausstrahlt, soll auch mit dafür sorgen, dass hier welche produziert werden.		
Gleich lange Spiesse für alle, so lautet das Argument mit Blick auf das Ausland, wo besagte Konzerne teilweise deutlich mehr zahlen müssen.		

			Filme oder Co-Produktionen aus der Schweiz hätten demgegenüber ohne Unterstützung der ausländischen Konzerne einen deutlich schlechteren Stand.	
			Das Argument der «gleich langen Spiesse» sei absurd, weil Ressourcen verschoben werden würden und dies einen Stellenabbau zur Folge hätte. [Roger Elsener]	
			Die Tatsache, dass in anderen Ländern trotz Investitionspflichten tiefere Abo-Preise verlangt werden, zeige das: «Wieso ist das so? Wegen des Wettbewerbs. Und für diesen Wettbewerb brauchen wir gleich lange Spiesse.»	
			Die einheimische Branche soll mit «gleich langen Spiesen» arbeiten können, wie es Alain Berset formulierte.	
			Die Forderung der Filmbranche nach «gleich langen Spiesen» mag verständlich sein.	
		Governmental paternalism vs. liberal freedom of media consumption and production	For companies	Er sagt, der Staat sollte einem «dynamischen Wirtschaftsbereich» wie den Onlineplattformen keine unnötigen Vorgaben machen
				Mit dem Geld könnten im Inland Arbeitsplätze von ansässigen Filmschaffenden unterstützt werden , ohne dass es dafür einen einzigen Steuerfranken braucht.
				Allerdings ist es stossend, dass private TV-Sender zur Mitfinanzierung einer staatlichen Aufgabe gezwungen werden.
				Ein Filmgesetz, das einseitig darauf ausgerichtet ist, Filmproduzenten zu vergolden und gleichzeitig die privaten Schweizer TV-Sender in ihrer Existenz bedroht, dient niemandem.
				In der Herbstsession hatte der Berner FDP-Nationalrat Christian Wasserfallen erfolglos versucht, die seiner Ansicht nach «planwirtschaftliche Steuerung» zu versenken.
				Diese Ansicht deckt sich nicht mit derjenigen von Sarah Bünler, Präsidentin der Jungen Mitte. Sie sagt: «Die SRG hat im Auftrag des Bundes eine andere Aufgabe als private Anbieter wie etwa Netflix.»
				Anders gesagt: Beim Service public ist es nachvollziehbar und richtig, dass dieser sich für das heimische Filmschaffen einsetzt. Netflix sei aber ein privates Unternehmen. Man könne ihm nicht vorschreiben, was es produzieren solle.
				Aus liberaler Sicht spricht alles gegen die «Lex Netflix»: Es handelt sich um ein ungeniessbares Amalgam aus Heimatschutz, Subventionitis und Bevormundung.
				«wenn die Streamingdienste neu hohe Sonderabgaben berappen müssen»
				Das Referendumskomitee stört sich nicht nur an der Verpflichtung der Streaming-Anbieter zur Abgabe von vier Prozent ihres Umsatzes.
Erfolgreiche Filme und Serien aus dem Ausland würden mit der «staatlich verordneten Filmquote» aus dem Programm fallen, die Wahlfreiheit werde eingeschränkt.				
Eine «staatlich verordnete Filmquote» sei illiberal.				
Von «Konsumabgabe» oder «Sondersteuer» ist da die Rede, von «Zwangskonsum» oder einem «Subventionsmonster», das ein «Frontalangriff auf das Portemonnaie» der Konsumentinnen und Konsumenten sei und «manch kleinen Schweizer TV-Sender» in die Verlustzone treibe.				
Nicht mit uns, sagen bürgerliche Jungparteien, der Staat solle sich aus Streamingdiensten raushalten				
Nicolo Carle spricht leise: Es sei nicht sinnvoll, in der Schweiz künstlich eine Industrie hochzuzüchten, damit sie mit den Netflix-Budgets mithalten könne.				
Den Gegnern sind ausserdem die 30 Prozent europäischer Produktionen, zu deren Anbieten sich die Streamingdienste verpflichten müssten, ein Dorn im Auge: Eine Vorgabe über den Inhalt ihrer Filmkataloge sei Bevormundung der Streaminganbieter und die Konsumfreiheit würde massiv eingeschränkt.				

		<p>Nur mit kühner Interpretationsakrobatik lassen sich aus dem Film- und dem Medienartikel Bundeskompetenzen ableiten, um erstens private Mittel zu konfiszieren und zweitens Unternehmen zu befehlen, ihre Tätigkeit um die Filmförderung zu erweitern</p> <p>Doch es ist nicht nachvollziehbar, warum der Staat privaten, ausländischen Anbietern, die nicht von öffentlichen Geldern profitieren, Vorschriften zum Angebot machen soll.</p> <p>Es geht bei der Abstimmung um eine Filmsteuer, höhere Abo-Gebühren und eine staatliche Filmquote auf Netflix, DisneyPlus und anderen beliebten Streaming-Anbietern.</p> <p>Mir leuchtet deshalb nicht ein, wieso zwangsweise solche Filme gefördert und mittels Quote abgesichert werden sollen, für die es gar keine Nachfrage gibt.</p> <p>Weshalb muss der Staat einem privaten Fernsehsender vorschreiben, dass er seine Mittel besser in einen Schweizer Film steckt als in eine publikumsstarke Unterhaltungssendung?</p> <p>Zum Teil spiegeln manche Nein-Stimmen wohl einen Protest der Jungen («Netflix-Generation»), die nicht verstehen können, weshalb der Staat privaten Streaming-Diensten und TV-Kanälen das Anbieten von potenziell unpopulären Schweizer Filmen aufzwingen soll.</p> <p>Und dann schafften sie es, anhand der Lex Netflix eine Debatte über Konsum- und Wirtschaftsfreiheit zu lancieren.</p>
	<p>For consumers</p>	<p>Zudem dürfe man nicht in ein Gesetz schreiben, was Konsumentinnen und Konsumenten schauen könnten und was nicht.</p> <p>Ebenso führte er [Christian Wasserfallen FDP/BE] aus, dass mit diesem Gesetz «Pflichtkonsum» schmackhaft gemacht werden soll, aber der «schmeckt nicht.»</p> <p>«Wir wollen Qualität, nicht Pflichtkonsum», kommentierte die Jungpartei auf Twitter.</p> <p>Damit [Quote] wird staatlicher Pflichtkonsum verordnet.</p> <p>Beliebte – häufig amerikanische – Produktionen werden aus dem Filmkatalog verschwinden. Damit fällt die Freiheit von uns Medienkonsumenten, zu schauen, was uns gefällt und interessiert.</p> <p>Es könne nicht sein, dass Netflix-Konsumenten mit ihren Abo-Gebühren einen Schweizer Film mitfinanzieren müssten, obwohl sie einen solchen gar nicht sehen wollten.</p> <p>Auch die im Gesetz neu enthaltene Regelung, wonach mindestens 30 Prozent der Filme und Serien der Anbieter aus europäischer Produktion stammen müssen, stösst bei Matthias Müller auf wenig Gegenliebe: «Damit wird reguliert, was wir sehen sollen – unabhängig von der Nachfrage und der Qualität der Filme.»</p> <p>Die Investitionspflicht für Streaming-Dienste ist ein Amalgam aus Heimatschutz, Subventionitis und Bevormundung.</p> <p>Es droht höhere Abo- Preise, zudem werde den Konsumentinnen und Konsumenten vorgeschrieben, was sie schauen sollten.</p> <p>Nicht mit uns, sagen bürgerliche Jungparteien, der Staat solle sich aus Streamingdiensten raushalten</p> <p>Aber einmal mehr sei es so, dass man etwas Gutes habe, und dann komme der Staat und «fingere» rein. «Was folgt als Nächstes, 10 Prozent Schweizer Musik auf Spotify?»</p> <p>Sie [die Jungpolitiker:innen] wehren sich gegen Bevormundung</p> <p>Was der Bund zugunsten des Schweizer Films veranstalte, komme ihr vor wie die Szene aus «Clockwork Orange», wo der Hauptfigur die Augen mit einer Klemme offengehalten würden, sagt Camille Lothe.</p> <p>Die Gegner der Vorlage erachten es ausserdem als ungerecht, dass Streamingdienste dreissig Prozent ihres Programms für europäische Filme zur Verfügung stellen</p>

		<p>müssten. Diese Vorgabe schränkt laut dem Komitee die Freiheit der Konsumentinnen und Konsumenten ein und benachteiligt Produktionen aus anderen Teilen der Welt.</p>
		<p>Das Komitee argumentiert, die Freiheit der Konsumentinnen und Konsumenten werde durch die vorgesehene Gesetzesänderung eingeschränkt und falle einer «ungerechten EU-Filmquote zum Opfer».</p>
		<p>Hinzu kommt die Frage des Preises. Schon heute bezahlen Schweizer Konsumenten für ihr Netflix-Abonnement trotz gleicher Auswahl an Filmen und Serien deutlich mehr als ihre europäischen Nachbarn. Wenn die Abgaben auf ein europäisches Rekordniveau steigen, dürfte es nur eine Frage der Zeit sein, bis auch die Abo-Preise weiter erhöht werden.</p>
		<p>Die Vorlage sei ein «Frontalangriff auf das Portemonnaie von uns Konsumentinnen und Konsumenten», erklärt Matthias Müller, Präsident des Referendumskomitees und der Jungfreisinnigen.</p>
		<p>Jungfreisinnigen-Chef Matthias Müller gelang dies ebenfalls mit der Aussage: «Wir müssen die ganz einfachen Dinge sehen: Wir haben hier einen System Change». Sie können das schönfärberisch Investitionsverpflichtung nennen, wir dürfen es Filmsteuer nennen. Am Ende bleibt es aber eine Zwangsinvestition.» Es sei deshalb unfair, wenn Streamingdienste oder Konsumenten für Filme zur Kasse gebeten werden, die niemand schauen wolle.</p>
		<p>sie [Änderung des Filmgesetzes] nimmt dem Publikum die Mündigkeit</p>
		<p>Der Amtsschimmel diktiert, was dem Publikum frommt.</p>
		<p>Eine Quote für europäische Filme sei aus mehreren Gründen verfehlt: Sie schränke die Freiheit ein, das zu konsumieren, worauf man Lust habe.</p>
		<p>Die Jungparteien warnen vor höheren Netflix-Abogebühren und davor, dass die Konsumfreiheit eingeschränkt werde.</p>
		<p>Das Referendumskomitee findet, die 30-Prozent-Quote komme einer Bevormundung der Konsumenten gleich.</p>
		<p>Den Gegnern sind ausserdem die 30 Prozent europäischer Produktionen, zu deren Anbieten sich die Streamingdienste verpflichten müssten, ein Dorn im Auge: Eine Vorgabe über den Inhalt ihrer Filmkataloge sei Bevormundung der Streaminganbieter und die Konsumfreiheit würde massiv eingeschränkt.</p>
		<p>ist diese Filmquote eine unheilvolle und illiberale Mischung aus paternalistischer Bevormundung des Konsumenten und eurozentristischem Protektionismus</p>
		<p>Wollen wir wirklich dieser Art von staatlich erzwungenem cineastischen Eurozentrismus Vorschub leisten?</p>
		<p>Wenn Sie oder ich ein Streaming- Abo abschliessen, dann tun wir dies freiwillig. Niemand wird gezwungen, diese Inhalte zu konsumieren. Ich sehe nicht ein, wieso uns bei einem freiwilligen Unterhaltungsangebot vorgeschrieben werden soll, was wir schauen dürfen.</p>
		<p>Das schafft eine Art staatliche Bevormundung in kulturellen Fragen: Der Konsument muss zu einheimischen Filmen begleitet werden – auch wenn er sie nicht freiwillig schauen würde.</p>