

# 미디어 환경변화에 따른 방송사 분담금 제도개선 방안 검토

2024. 6.

## 목 차

1. 출장 개요 .....	1
2. 방문기관 면담결과	
① 체코 영화기금 .....	1
② 독일 연방영화진흥청 .....	3
③ 독일 주미디어청연합 .....	4
3. 시사점 .....	6
4. 참고자료 (국가별 부담금 현황) .....	7
5. 붙임 (국가별 부담금 징수근거) .....	15
6. 별첨 (보안교육 사진 및 참석자 명부) .....	49

# 방발기금 제도개선 관련 국외출장 결과 보고

## 1. 출장 개요

- 목 적 : 글로벌 OTT 사업자에 대해 기금(또는 세금)을 징수하고 있는 국가들의 부담금 제도화 과정 파악 및 협력 방안 논의
- 기간 및 장소 : 2024. 6. 10 ~ 6. 15(6일), 체코(프라하), 독일(베를린)
- 출 장 자 : 방통위 의안·정책관리팀장 외 8명, KCA 박은성 주임
- 방문기관 : 체코 영화기금, 독일 연방영화진흥청, 독일 주미디어청연합
  - 체코 영화기금 면담자 : 헬레나 베제데크 프란코바 대표
  - 독일 연방영화진흥청 면담자 : 피터 딥스 대표
  - 독일 주미디어청연합 면담자 : 안드레아스 하만 공동사무소장

## 2. 방문기관 면담결과

### ① 체코 영화기금(Statni Fond Kinematografie)

- 방문기관 개요
  - 체코 시청각법 제496/2012호를 근거로 설립된 문화부 산하 영화기금 법정 관리기관, 시청각 수수료 징수 및 체코영화 진흥업무 등을 수행
  - ① 체코 영화촬영 및 홍보활동 지원
  - ② 영화기금(Czech Film Fund) 관리 및 운영
  - ③ 체코 시청각법 개정업무 지원
- 글로벌 OTT 사업자 부담금 징수 여부
  - 체코 내 등록된 국내 OTT 사업자에 한하여 부담금을 징수하고 있으며 현재 글로벌 OTT 사업자는 부담금 징수 대상이 아님

○ 체코 시청각 수수료(Audiovizualni poplatky) 징수현황

- 자국 시청각법에 따라 영화사업 주관사와 VOD 서비스 사업자 및 방송사업자를 대상으로 연도별 수익에 비례한 부담금을 징수함

\* (징수근거) 시청각법 제496/2021호 제27조 : 붙임2 문서 참조

징수대상		징수규모	
영 화 사	입장료의 1% 이내	2023	약 7,789,000 €
VOD	연간매출액의 0.5%	2022	약 7,387,000 €
방 송 사	방송광고수수료의 2% 이내	2021	약 7,789,000 €

○ 글로벌 OTT 사업자 부담금 제도화 노력

- EU 시청각 미디어 서비스 지침(AVMSD) 수용 입장으로 체코의 시청각법은 VOD 서비스 사업자를 징수 대상에 포함하고 있음
- 글로벌 OTT 사업자 또한 체코 내 매출액에 대해 신고의무가 있으며 국내 사업자와 동일한 부담금 징수가 필요하다는 것이 여론
- 문화부와 함께 글로벌 OTT 사업자들과 4개월간의 논쟁을 거쳤으며 모든 징수대상에 공평하게 2%의 징수율을 적용하는 방안 검토 중
- 글로벌 OTT 사업자를 징수대상에 포함하는 자국법 개정이 승인 단계에 있으며 '25년 내 개정안이 국회를 통과할 것으로 전망함



<체코 영화기금>



<면담>

## 2 독일 연방영화진흥청(Filmfoerderungsanstalt)

### ○ 방문기관 개요

- 독일 영화진흥법(FFG)를 근거로 설립된 영화진흥기금 법정 관리기관, 독일 영화분담금 징수 및 독일영화 진흥업무 등을 수행

- ① 독일영화 및 영화산업 진흥을 위한 자금 지원
- ② 연방영화기금(DFFF)·독일영화기금(GMPF) 관리 및 운영
- ③ 연방정부 및 주 정부의 영화지원방안 조정 등

### ○ 글로벌 OTT 사업자 부담금 징수 여부

- '14년부터 글로벌 OTT 사업자에 부담금 납부의무를 적용하였으며, 현재 사용자 지불 VOD 가격 기준 매출액의 2.5% 이내로 부과 중
- 상대적 약자인 국내 OTT 사업자에게도 동일한 기준으로 부담금을 징수하고 있으며 독일 사업자들은 이를 수용하는 분위기임을 확인

### ○ 독일 영화분담금(Filmabgabe) 징수현황

- FFG에서 정한 징수율에 따라 영화사업 주관사와 VOD 서비스 사업자 및 방송사업자를 대상으로 연도별 매출액에 비례한 부담금을 징수함

\* (징수근거) 영화기금법 제153조: 붙임3 문서 참조

- 코로나19로 인한 영화관 수익 감소로 부담금 수입이 줄었지만 스트리밍 플랫폼 수익이 증가하여, 현재 2019년 대비 -10%정도로 수입 회복단계

징수대상		징수규모	
영 화 사	입장료의 3% 이내	2023	약 49,500,000 €
		2022	약 39,900,000 €
VOD	연간매출액의 2.5% 이내	2021	약 35,200,000 €
		2020	약 39,600,000 €
방 송 사	순매출액 0.25% 이내	2019	약 52,600,000 €

## ○ 글로벌 OTT 사업자 부담금 제도화 과정

- ① '14년 넷플릭스 및 아마존 프라임 비디오의 독일 상륙, 독일은 글로벌 OTT 사업자를 영화진흥법상 부담금 납부 대상에 포함
- ② 넷플릭스는 독일 내 회사가 없음을 이유로 부담금 납부를 거부하며 유럽연합법원에 독일 국가를 상대로 소송을 제기
- ③ '18년 5월 패소 이후 넷플릭스는 '19년 9월부터 부담금 납부를 시작하였으며 '16년 이후 독일 내 수익에 대한 부과금 또한 소급하여 지불함
- ④ 이는 AVMSD 개정의 계기가 되어 모든 EU 회원국이 글로벌 OTT 사업자를 대상으로 부담금을 부과할 수 있는 근거 마련에 기여함
- ⑤ 현재 독일은 간접적 투자 의무만을 부과하고 있으며, 프랑스와 같이 직접적 투자\*를 의무화하기 위한 법 개정을 준비 중임

\* (직접적 투자) 시청각 저작물을 공동제작 또는 사전구매 : 참고5 문서 참조



<연방영화진흥청>



<면담>

## ③ 독일 주미디어청연합(die-medienanstalten)

### ○ 방문기관 개요

- 미디어 국가조약 및 주 언론법 등의 법령을 근거로 하여 14개의 독립적인 주 미디어청들이 연합해 설립한 미디어 규제기관
- ① 독일 민간라디오, TV방송사 승인·규제·감독
- ② 미디어 이용자 보호 및 제공자의 다양성 보장 활동
- ③ 주간 중요문제 등 전국단위 협력을 위한 공동사무소(GGS) 운영

## ○ 독일 방송수신료(Rundfunkbeitrag)

- 독일 공영방송의 운영을 위해 징수하는 방송수신료로 독립기관인 방송재정수요조사위원회(KEF)에서 4년마다 징수금액을 결정함
- 징수금액 18.36유로 중 0.35유로가 주 미디어청들에게 지원되며 각 주의 민영방송 및 텔레미디어 규제 등을 위한 예산으로 사용

독일		대한민국	
징수금액	18.36유로(약 27,000원)	징수금액	월 2,500원
징수대상	독일 내 거주지 등록가구	징수대상	수상기 소지 가구
징수기관	공영방송 기부서비스 (Der Beitragsservice)	징수기관	한국전력공사
징수방법	별도 계좌이체	징수방법	전기세에 포함 (분리징수 유예)

## ○ 국내 방송통신 환경과의 비교

- 독일 공영방송사의 재원구조는 방송수신료 지원금 비중이 절반을 넘는 만큼 광고규제가 강하며 이로 인해 광고수익의 비중 적음
- 광고수익의 재원비중이 높은 민영방송에게도 광고수익에 부과되는 특정 부담금은 없으며 방송수신료의 일부를 지역 방송사에 지원
- 국내와 마찬가지로 글로벌 OTT 이용이 급증하면서 독일 방송사 또한 매출액과 광고수익이 글로벌 OTT로 이동하는 추세임을 확인
- OTT 사업자의 부담금은 영화기금의 재원이므로 당장의 해결책은 없는 상태로 이로 인한 미디어 다양성 감소를 우려하고 있음



<주미디어청연합>



<면담>



### 3. 시사점

#### □ 유럽연합 시청각 미디어 서비스 지침(AVMSD)의 특성

- (부담금 징수 대상 확대) 미디어 시장에서 영향력이 급증하고 있는 글로벌 OTT사업자에게 재정적 기여 의무를 부과
    - 전자통신매체를 통하여 서비스를 제공하는 경우도 부과 대상으로 포함
    - 사업장의 소재 여부와 상관없이 VOD 서비스 사업자에게 재정적 기여를 요청할 수 있도록 지침의 개정을 진행
  - (쿼터 설정) 글로벌 VOD 서비스 사업자가 EU회원국에 콘텐츠 제공 시 유럽의 저작물이 30%이상 제공되도록 규정
    - 쿼터의 측정기준\*에 대해서는 현재 회원국 간 다른 기준을 가지고 있어 가이드라인에 대해 지속적인 논의가 진행 중
- \* 총 상영시간, 프로그램의 총 에피소드 수 등 다양한 측정기준이 존재

#### □ 방송통신발전기금 제도개선에 고려할 사항

- (방송과 통신의 융합환경 고려) 방송통신의 융합으로 방송광고시장의 경쟁이 심화되면서 상당 비중의 방송광고매출액이 OTT로 이동
  - 동일한 서비스에 동일한 규제를 적용한다는 방면에서 넷플릭스, MPP, 유튜브 등 부담금 개선요구가 증대되고 있으나 글로벌 OTT에만 신규 부과금을 확대하는 것은 역차별 논란 우려
  - 부담금 부과확대 시 서비스의 질을 낮추거나 이용료를 인상하여 비용 인상에 대한 부담을 이용자에게 전가할 우려가 있음
- (국내 미디어 제도현황 고려) 관련 법제를 적용하기 위해서는 법적 정의가 필수적이거나 국내법에서는 OTT 서비스를 포괄하는 정의가 부재
  - AVMSD 개정 후 부담금 징수 개선과 편성 쿼터 등이 진행된 유럽처럼 국내에도 규제할 수 있는 배경, AVMSD의 재정이 필요함



## 참고1

## 국내 방송통신발전기금 부담금 현황

### □ 개 요

- 방송통신 진흥을 지원하기 위해 설치한 방송통신발전기금재원을 조성하기 위해 방송사업자에게 부과하는 부담금

### □ 연 혁

- '00년, 방송진흥을 위해 '방송발전기금(방송사 부담금)' 설치
- '11년, 방송통신 진흥 지원을 위한 '방송통신발전기금(방송사 부담금 + 주파수 할당대가 45%)'으로 확대 개편(방송통신발전기본법 제25조)

### □ 기금 징수대상 및 산정기준

- (징수대상) '00년 지상파·위성·홈쇼핑방송 → '06년 SO 추가 → '12년 종편·보도PP 추가(4년간 유예 후 '16년부터 징수)
  - 넷플릭스, 유튜브 등 글로벌 OTT 사업자에 대한 부담금 개선요구 증대
- (산정기준) 전년도 방송광고매출 6%(지상파, 종편·보도PP), 방송서비스 매출 6%(종합유선방송, 위성방송, IPTV), 영업이익 15%(홈쇼핑PP) 범위 내에서 방통위원회나 과기부장관이 고시하는 징수율을 곱하여 산정

#### < 방송사 부담금 징수대상 및 실적 >

(단위 : 억원)

구 분	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24계획
총 액	1,867	1,792	1,787	1,814	1,926	1,865	1,974
(방통위) 지상파, 종편·보도PP	480	411	365	296	477	473	483
(과기부) 홈쇼핑PP, 종합유선·위성, IPTV	1,387	1,381	1,422	1,518	1,449	1,392	1,490

## □ 개 요

- EU는 시청각 미디어 서비스 지침(AVMSD)에 따라 자국의 제작시장에 재정적으로 기여하도록 사업자에 대한 의무 등을 규정
  - 국가별로 부담금의 유형이나 형태는 각국의 상황에 따라 상이
  - 2018년 개정 지침(AVMSD)을 통해 동영상 공유 플랫폼 서비스 개념을 신설하여 글로벌 OTT 서비스까지 규제범주에 포섭

## □ 부담금 제도 현황

- (목적) 유럽작품 제작지원과 함께 유럽 문화의 다양성을 보호 및 증진
- (주무부처) 각 회원국의 미디어 및 문화 관련 부처
- (징수대상) 각 회원국 관할권 내에서 운영되는 VOD 서비스 사업자
  - Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ 등 글로벌 OTT 서비스 사업자와 각 국가의 로컬 VOD 서비스 사업자를 포함
- (법적근거) AVMSD의 Recital 36~37을 기반으로 Article 13(1)과 13(2)에서 회원국이 관할권 내의 VOD 서비스 사업자에게 유럽작품 제작에 대한 재정적 기여 의무(간접, 직접)를 부과할 수 있도록 규정
  - 직접 투자 : 시청각 저작물을 공동 제작하거나 사전구매
  - 간접 투자 : 기여금 또는 부담금을 법정 단체에 납부

\* 국내 방발기금과의 차이 : 방발기금은 방송통신 산업 전반의 발전을 위해 다양하게 사용되는 반면, 간접투자자의무 기여금은 시청각 콘텐츠 제작에 사용
- (징수방법) 회원국은 VOD 서비스 사업자의 연간 총수익(revenues)을 기준으로 일정비율을 재정적 기여금으로 징수
  - 기여금은 자국의 국가 영화 기금, 시청각 콘텐츠 제작 지원 기금 등에 납부되며, 이를 통해 유럽 작품 제작을 지원함

## 전문(36)

유럽 작품에 대한 적절한 투자 수준을 보장하기 위해, 회원국은 자신들의 영토에 설립된 미디어 서비스 제공자에게 재정적 의무를 부과할 수 있어야 합니다. 이러한 의무는 유럽 작품의 제작 및 권리 취득에 대한 직접적인 기여의 형태를 취할 수 있습니다. 회원국은 또한 그들의 영토에서 제공되고 그들의 영토를 대상으로 하는 시청각 미디어 서비스가 생성한 수익을 기준으로 기금에 납부할 수 있는 부과금을 부과할 수 있습니다. 이 지침은 재정적 의무와 회원국의 다양한 문화 정책 간의 직접적인 연관성을 고려하여, 한 회원국이 자신의 영토를 대상으로 하는 다른 회원국에 설립된 미디어 서비스 제공자에게도 이러한 재정적 의무를 부과할 수 있음을 명확히 합니다. 이 경우 재정적 의무는 대상 회원국에서 생성된 수익에 대해서만 부과되어야 합니다. 대상 회원국에서 영화 기금 제도에 기여해야 하는 미디어 서비스 제공자는 그 회원국에 설립되지 않은 경우에도 해당 영화 기금 제도에서 제공하는 지원을 차별 없이 누릴 수 있어야 합니다.

## 지침 13조

1. 회원국은 그들의 관할 하에 있는 주문형 시청각 미디어 서비스 제공자가 그들의 카탈로그에서 유럽 작품의 비율을 최소 30% 확보 하고 그 작품의 두드러짐을 보장하도록 해야 합니다.
2. 회원국이 그들의 관할 하에 있는 미디어 서비스 제공자가 유럽 작품의 제작에 재정적으로 기여하도록 요구하는 경우, 콘텐츠에 대한 직접적인 투자와 국가 기금에 대한 기여를 포함하여, 그들은 다른 회원국에 설립되었지만 그들의 영토를 대상으로 하는 미디어 서비스 제공자에게도 그러한 재정적 기여를 요구할 수 있습니다. 이 기여는 비례적이고 차별적이지 않아야 합니다.
3. 제2항에 언급된 경우, 재정적 기여는 대상 회원국에서 얻은 수익을 기준으로만 해야 합니다. 제공자가 설립된 회원국이 그러한 재정적 기여를 부과하는 경우, 대상 회원국이 부과한 재정적 기여를 고려해야 합니다. 모든 재정적 기여는 연합 법, 특히 국가 원조 규칙을 준수해야 합니다.

### 참고3

### 체코의 부담금 현황

#### □ 개 요

- 시청각수수료(Audiovizualni poplatky) : 시청각 저작물 및 영화 촬영 지원에 관한 법률 제496/2021호에 근거, VOD 사업자에게도 부담금 부과
  - VOD 서비스 제공자를 대상으로 사용자가 지불하는 VOD 가격 기준 매출액의 0.5% 납부 의무
  - 기금의 주요 재원은 시청각 저작물의 수수료, 행정 수수료, 프로젝트 수익 지분, 은행 이자 등으로 구성

#### □ 글로벌 OTT 사업자 부담금 징수 제도화 과정

- 시청각법 27조에 따라 VOD 서비스 제공자에 대해서도 기금 납부 의무를 부여하고 있지만 이는 국내 사업자에 한정된 상황
- 이에 상업 텔레비전 협회(AKTV)는 글로벌 OTT 사업자인 넷플릭스, HBO, 디즈니플러스 등도 동일하게 기금을 납부해야 한다고 주장 (2023. 05)
  - 해외 사업자들이 체코의 인센티브 지원을 받으며 촬영하지만 정작 기금 납부 대상이 되지 않는다는 문제점 강조
  - 국내 VOD 서비스 제공자와 동일하게 연간 매출의 0.5%를 기금에 납부하며 재투자하도록 의무화하는 방안 필요하다는 여론 확산

#### < 체코의 AVMSD 적용 · 재정적 기여 현황 >

주무부처	직접적 투자의무		간접적 투자의무		납부처	진행상황	소관제도
	비율	기준	비율	기준			
문화부	-	-	0.5%	서비스요금 (연간 매출액)	체코 영화기금 (SFKMG)	부과중 (국내 사업자)	시청각법

## 참고4

## 독일의 부담금 현황

### □ 개 요

- 영화분담금(Filmabgabe) : 영화진흥법 제153조에 근거하여 관련 사업자들은 일정 비율의 부담금을 독일 영화진흥기구에 납부
  - 독일에 본사나 지사를 둔 기업이 상업적인 목적으로 제작된 영화 또는 광고 기반 VoD 서비스를 통해 제공하는 경우, 연간 매출이 50만 유로를 초과하면 부과금 납부
  - 영화분담금은 연간 매출액이 2,000만 유로 이하인 경우, 1.8%, 연간 매출액이 2,000만 유로를 초과하는 경우 2.5%
- 독일의 영화 분담금은 EU 시청각미디어서비스지침(AVMSD)에 따른 펀드 기부금과 같은 간접투자의 형태

### □ 글로벌 OTT 사업자 부담금 징수 제도화 과정

- 2014년부터 VOD 서비스 사업자에게도 분담금 납부 의무가 적용되어 2019년 9월부터 독일 내 영화분담금 납부 중
  - 법률시행 초반, 넷플릭스·아마존 등 일부 글로벌 기업은 ‘독일 내 회사나 지사가 없다’며 분담금 납부를 거부
  - 2016년 유럽위원회, 2019년 EU법원은 독일 내 회사가 없는 글로벌 기업도 영화분담금을 내야 한다고 결정
- 현재 해외에 본사를 둔 기업도 독일어 VOD 서비스를 통해 독일에서 매출을 올리는 경우 납부 대상에 포함

\* 단, 해당 매출이 본사 소재지에서 유사한 영화 지원 기금으로 사용되고 있다면 면제

#### < 독일의 AVMSD 적용 · 재정적 기여 현황 >

주무부처	직접적 투자 의무		간접적 투자 의무		납부처	진행상황	소관제도
	비율	기준	비율	기준			
연방 문화 미디어청	-	-	1.8% 2.5%	최대 2천만 미만 최대 2천만 초과 (연간매출액)	연방 영화진흥청 (FFA)	부과중	영화진흥법

## 참고4-1

## 독일의 방송수신료와 공영방송

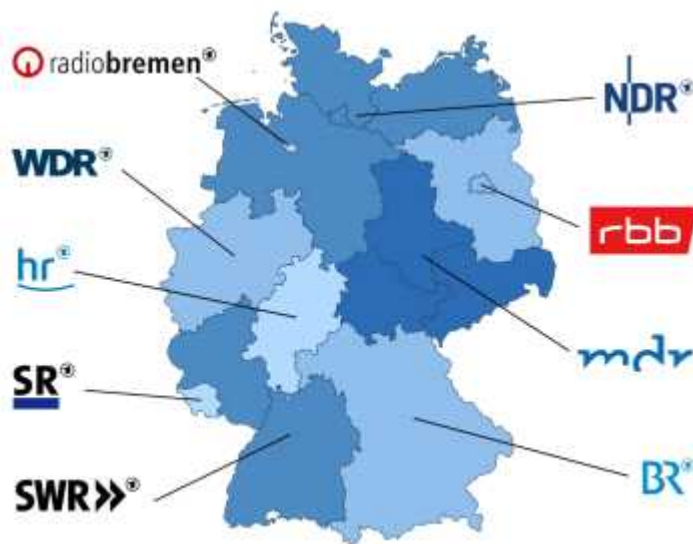
### □ 개 요

- 방송수신료(Rundfunkbeitrag) : 독일에 거주하는 모든 등록가구에 정액으로 부과되는 공영방송 수신요금으로 공영방송(ARD, ZDF 등)을 지원
  - ARD와 ZDF의 경우 수신료의 운영 자금 비중이 80% 이상으로, 광고수익에 의존하지 않아 공영방송의 독립성과 공익성을 유지함
  - 영화분담금과는 독일의 다양한 미디어 콘텐츠 진흥에 기여한다는 공통점이 있으나 재원징수 대상과 목적에서 차이점을 보임

### □ 독일의 공영방송

- (공영방송협회:ARD) 독일 9개 지역의 공영지상파방송국 연합체
  - 각 지역채널에서 주로 지역특성과 관련된 프로그램을 제작·방송
- (제2텔레비전방송:ZDF) ARD 방송독점 방지목적으로 개국한 제2 공영방송으로 ARD2로 운영되던 방송채널이 별도의 방송국으로 독립
  - ARD와 달리 단일 방송국 체제로 전국동일 방송 프로그램 제공

< ARD 가맹 방송국 >



< ZDF >



## 참고5

## 기타 유럽국가(프랑스)의 부담금 현황

### □ 재정적 기여 의무

- (직접적 투자) 프랑스의 시청각 저작물을 공동 제작하거나 사전구매
  - 글로벌 OTT의 프랑스 진출 이후 콘텐츠독립제작사의 가장 큰 투자자인 민영방송사의 매출 감소가 지속되고, OTT에 대한 불공정 문제 제기
  - 프랑스 정부는 방송사뿐만 아니라 콘텐츠 제공 서비스 사업자들에게 매출액의 일부를 영화 및 콘텐츠 제작에 의무적으로 투자하게 하는 방식으로 제작비 조달 모델 마련
  - Arcom\*과 글로벌 OTT 플랫폼 간 투자 의무에 대한 협약은 2021년 12월 9일에 체결되어 2022년 1월 1일부터 법령이 실제 시행되기 시작하여 OTT플랫폼의 프랑스 콘텐츠 투자의무 시행

\* Arcom : 2022년 1월 출범한 시청각 디지털 통신 규제기관으로 프랑스의 시청각 저작물과 디지털 통신의 불법복제 방지 업무를 통합하여 담당

- (간접적 투자) 일반조세와 별도로 프랑스 방송프로그램 등의 제작비 지원을 위해 관련 사업자들에게 특수목적세(기금)를 부과
  - 영화관입장세(TSA), 텔레비전서비스세(TST, 실시간채널사업자 대상 채널세+ 유료방송세), 비디오판매세(TSV, VOD서비스 제공사업자 대상) 등으로 조성
  - 최근에는 글로벌 플랫폼을 통한 VOD서비스가 증가함에 따라 해외 플랫폼에도 확대 적용하여 이는 비디오판매세(TSV) 차원에서 접근 중

### < 프랑스의 AVMSD 적용 · 재정적 기여 현황 >

주무부처	직접적 투자의무		간접적 투자의무		납부처	진행상황	소관제도
	비율	기준	비율	기준			
문화부	(SVOD) 25% (기타 VOD) 15%	프랑스 내 연간 순매출액의 20-25% (VOD)	5.15%	이전 회계연도의 연간 순매출액	국립 영화센터 (CNC)	부과중	일반세법 시청각법



## 참고6

## 한국과 유럽(체코, 독일)의 기금·세금 징수 현황 비교

(2023년, 원화기준)

구 분	한국	체 코	독 일
	방송사 분담금	시청각 수수료	영화분담금
징수근거	방송통신발전 기본법 제25조②,③항	시청각법 제496/2012호 제27조	영화진흥법 제153조
징수대상	(방통위 소관) 지상파, 종편·보도PP  (과기정통부 소관) SO, 위성, 홈쇼핑, IPTV	영화사업 주관사, VOD 서비스사업자, SO, 위성방송사업자, 지상파방송사업자 등	영화사업 주관사, VOD 서비스사업자, 방송프로그램 판매자 등  영상을 사용하여 수익을 얻는 미디어 사업자들
징수율	(방통위 소관) 방송광고매출액 6% 이내  (과기정통부 소관) 방송서비스매출액 6% 이내, 영업이익 15% 이내  ※ 고시에 따라 면제·경감	(영화) 입장료의 1% 이내  (VOD) 연간매출액 0.5%  (방송사) 방송광고수수료 2% 이내	(영화) 입장료의 3% 이내  (VOD) 연간매출액 2.5% 이내  (방송사) 순매출액 0.25% 이내
기금·세금 징수액	약 186,580 백만원	약 11,578 백만원	약 73,583 백만원

## [EU] 시청각 미디어 서비스 지침(2018 개정안)

### 시청각 미디어 서비스 지침(AVMSD) 개정안

2018년 11월 14일 유럽 의회와 이사회 지침 (EU) 2018/1808

시장의 변화에 대응하여 특정 법률, 규정 또는 행정 조치에 따라  
회원국이 제공하는 시청각 미디어 서비스의 조정을 위한  
2010/13/EU지침(시청각 미디어 서비스 지침)을 개정하는 조치

#### < EU 개정 시청각미디어서비스지침(AVMSD, 2018)의 주요 내용 >

조항	내용
편성쿼터제 (제 13조 1항)	회원국은 자국의 관할권에서 주문형 시청각미디어서비스를 제공하는 미디어서비스 제공자로 하여금 카탈로그에 유럽산 제작물을 최소 30% 이상 포함 시키도록 하며, 유럽산 제작물의 현지성을 보장하도록 한다.
재정적 기여 의무 (제 13조 2항)	2. 회원국은 자국의 관할권에 속한 미디어서비스 제공자에게 콘텐츠에 대한 직접 투자와 해당 국가의 콘텐츠 진흥 기금에 대한 재정적 기여 의무를 부과할 수 있다. ... 3. 제2항에서 언급된 사례의 경우, 재정적 기여는 서비스 송출 대상이 되는 회원국에서 발생한 수익에만 근거하여 이루어져야 한다. ...

#### 전문(Recital)

[36] 유럽 작품에 대한 적절한 투자 수준을 보장하기 위해, 회원국은 자신들의 영토에 설립된 미디어 서비스 제공자에게 재정적 의무를 부과할 수 있어야 합니다. 이러한 의무는 유럽 작품의 제작 및 권리 취득에 대한 직접적인 기여의 형태를 취할 수 있습니다. 회원국은 또한 그들의 영토에서 제공되고 그들의 영토를 대상으로 하는 시청각 미디어 서비스가 생성한 수익을 기준으로 기금에 납부할 수 있는 부과금을 부과할 수

있습니다. 이 지침은 재정적 의무와 회원국의 다양한 문화 정책 간의 직접적인 연관성을 고려하여, 한 회원국이 자신의 영토를 대상으로 하는 다른 회원국에 설립된 미디어 서비스 제공자에게도 이러한 재정적 의무를 부과할 수 있음을 명확히 합니다. 이 경우 재정적 의무는 대상 회원국에서 생성된 수익에 대해서만 부과되어야 합니다. 대상 회원국에서 영화 기금 제도에 기여해야 하는 미디어 서비스 제공자는 그 회원국에 설립되지 않은 경우에도 해당 영화 기금 제도에서 제공하는 지원을 차별 없이 누릴 수 있어야 합니다.

### 전문(Recital)

[37] 현재 방송사는 주문형 시청각 미디어 서비스 제공자보다 유럽 시청각 작품에 더 많이 투자하고 있습니다. 따라서 대상 회원국이 다른 회원국의 관할 하에 있는 방송사에게 재정적 의무를 부과하기로 선택한 경우, 그 방송사가 유럽 작품의 제작 및 권리 취득에, 특히 공동 제작에 직접적으로 기여한 것은 비례성 원칙을 고려하여 감안되어야 합니다. 이는 회원국이 자신들의 문화 정책에 따라, 그리고 국가 원조 규칙과의 호환성을 조건으로 미디어 서비스 제공자가 부담해야 하는 재정적 기여의 수준을 설정할 수 있는 권한에 영향을 미치지 않습니다.

### 지침(Article)

#### [13]

1. 회원국은 그들의 관할 하에 있는 주문형 시청각 미디어 서비스 제공자가 그들의 카탈로그에서 유럽 작품의 비율을 최소 30% 확보하고 그 작품의 두드러짐을 보장하도록 해야 합니다.

2. 회원국이 그들의 관할 하에 있는 미디어 서비스 제공자가 유럽 작품의 제작에 재정적으로 기여하도록 요구하는 경우, 콘텐츠에 대한

직접적인 투자와 국가 기금에 대한 기여를 포함하여, 그들은 다른 회원국에 설립되었지만 그들의 영토를 대상으로 하는 미디어 서비스 제공자에게도 그러한 재정적 기여를 요구할 수 있습니다. 이 기여는 비례적이고 차별적이지 않아야 합니다.

3. 제2항에 언급된 경우, 재정적 기여는 대상 회원국에서 얻은 수익을 기준으로만 해야 합니다. 제공자가 설립된 회원국이 그러한 재정적 기여를 부과하는 경우, 대상 회원국이 부과한 재정적 기여를 고려해야 합니다. 모든 재정적 기여는 연합 법, 특히 국가 원조 규칙을 준수해야 합니다.

4. 회원국은 2021년 12월 19일까지, 그 후 매 2년마다 제1항과 제2항의 시행에 대해 위원회에 보고해야 합니다.

5. 위원회는 회원국이 제공한 정보와 독립적인 연구를 바탕으로 시장 및 기술 발전과 문화 다양성 목표를 고려하여 제1항과 제2항의 적용에 대해 유럽 의회와 이사회에 보고해야 합니다.

6. 제1항에 따라 부과된 의무와 제2항에 설정된 다른 회원국의 관할 하에 있는 미디어 서비스 제공자에 대한 요구 사항은 매출이 낮거나 시청률이 낮은 미디어 서비스 제공자에게는 적용되지 않습니다. 회원국은 시청각 미디어 서비스의 성격이나 주제로 인해 그러한 의무나 요구 사항이 실현 불가능하거나 정당화되지 않을 경우 이를 면제할 수도 있습니다.

7. 위원회는 제1항에서 언급된 유럽 작품의 비율 계산과 제6항에서 언급된 낮은 시청률 및 낮은 매출 정의에 대한 지침을 연락 위원회의 협의 후 발행해야 합니다.

(원문)

# Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)

DIRECTIVE (EU) 2018/1808 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT  
AND OF THE COUNCIL of 14 November 2018

amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities

THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL OF THE  
EUROPEAN UNION,

Having regard to the Treaty on the Functioning of the European Union, and in particular Article 53(1) and Article 62 thereof,  
Having regard to the proposal from the European Commission,  
After transmission of the draft legislative act to the national parliaments,  
Having regard to the opinion of the European Economic and Social Committee,  
Having regard to the opinion of the Committee of the Regions,  
Acting in accordance with the ordinary legislative procedure,

**Whereas:**

## Recital 36

In order to ensure adequate levels of investment in European works, Member States should be able to impose financial obligations on media service providers established on their territory. Those obligations can take the form of direct contributions to the production of and acquisition of rights in European works. The Member States could also impose levies payable to a fund, on the basis of the revenues generated by audiovisual media services that are provided in and targeted towards their territory. This Directive clarifies that, given the direct link between financial obligations and Member States' different cultural policies, a Member State is also allowed to impose such financial obligations on media service providers established in another Member State that target its territory. In that case, financial obligations should only be charged on the revenues generated through the audience in the targeted Member State. Media service providers that are required to contribute to film funding schemes in a targeted Member State should be able to benefit in a non-discriminatory way, even in the absence of an establishment in that Member State, from the aid available under respective film funding schemes to media service providers.

## Recital 37

Broadcasters currently invest more in European audiovisual works than providers of on-demand audiovisual media services. Therefore, if a targeted Member State chooses to impose a financial obligation on a broadcaster that is under the jurisdiction of another Member

State, the direct contributions to the production and acquisition of rights in European works, in particular co-productions, made by that broadcaster, should be taken into account, with due consideration for the principle of proportionality. This is without prejudice to the Member States' competence to establish, in accordance with their cultural policy and subject to compatibility with State aid rules, the level of financial contributions payable by media service providers under their jurisdiction.

## Article 13

1. Member States shall ensure that media service providers of on-demand audiovisual media services under their jurisdiction secure at least a 30 % share of European works in their catalogues and ensure prominence of those works.

2. Where Member States require media service providers under their jurisdiction to contribute financially to the production of European works, including via direct investment in content and contribution to national funds, they may also require media service providers targeting audiences in their territories, but established in other Member States to make such financial contributions, which shall be proportionate and non-discriminatory.

3. In the case referred to in paragraph 2, the financial contribution shall be based only on the revenues earned in the targeted Member States. If the Member State where the provider is established imposes such a financial contribution, it shall take into account any financial contributions imposed by targeted Member States. Any



financial contribution shall comply with Union law, in particular with State aid rules.

4. Member States shall report to the Commission by 19 December 2021 and every two years thereafter on the implementation of paragraphs 1 and 2.

5. The Commission shall, on the basis of the information provided by Member States and of an independent study, report to the European Parliament and to the Council on the application of paragraphs 1 and 2, taking into account the market and technological developments and the objective of cultural diversity.

6. The obligation imposed pursuant to paragraph 1 and the requirement on media service providers targeting audiences in other Member States set out in paragraph 2 shall not apply to media service providers with a low turnover or a low audience. Member States may also waive such obligations or requirements where they would be impracticable or unjustified by reason of the nature or theme of the audiovisual media services.

7. The Commission shall issue guidelines regarding the calculation of the share of European works referred to in paragraph 1 and regarding the definition of low audience and low turnover referred to in paragraph 6, after consulting the Contact Committee.

## **[체코] 시청각법 제496/2012호 제25조-29조**

체코 영화 기금  
2016

### 2012년 제496/2012호 법률 시청각 작품 및 영화 지원에 관한 법률 및 일부 법률 개정에 관한 법률 (시청각 법)

496 법률 2012년 10월 26일자  
체코 공화국 의회는 다음과 같은 법률을 통과시켰습니다.

#### 제1부 시청각

#### 제4장 체코 영화 기금 및 영화 지원 제공

#### 제3절 시청각 수수료

#### 제25조 시청각 수수료의 정의

시청각 수수료에는 다음이 포함됩니다:

- a) 영화 공연 수수료,
- b) 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료,
- c) 텔레비전 재방송 수수료
- d) 방송 광고 수수료.

## 제26조 영화 공연 수수료

- (1) 영화 공연의 주최자는 영화 공연 수수료를 납부해야 합니다.
- (2) 영화 공연 수수료는 영화 작품의 공공 상영에 대한 입장료에 부과됩니다. 이 법의 목적상, 입장료는 행사에 참여하기 위해 참가자가 지불하는 금액을 의미합니다.
- (3) 영화 공연 수수료 계산의 기준은 공공에게 영화 작품을 상영하기 위해 지불된 입장료(영화 공연 수수료 제외)입니다. 영화 공연 수수료 납부자는 영화 공연 수수료를 입장료에 포함시켜야 합니다.
- (4) 영화 공연 수수료율은 1%입니다.
- (5) 수수료 기간은 달력 년도의 분기입니다.
- (6) 영화 공연 수수료 납부자는 수수료와 관련된 기록을 유지해야 합니다. 이 기록은 수수료 납부 의무와 관련된 모든 데이터를 포함해야 하며, 다음을 포함하되 이에 국한되지 않습니다:
  - a) 시청각 작품의 이름 및 영화 공연이 이루어지는 날짜,
  - b) 영화 공연의 관람객 수 및 영화 공연을 조직하기 위해 수집된 입장료 금액.

## 제27조 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료

- (1) 주문형 시청각 미디어 서비스 제공자는 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료를 납부해야 합니다.
- (2) 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료는 최종 사용자가 주문형 시청각 미디어 서비스 제공자에게 지불하는 가격에 부과됩니다.
- (3) 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료의 계산 기준은 최종 사용자가 주문형 시청각 미디어 서비스 제공자에게 일회성 서비스 제공, 영화 작품 상영, 또는 기술적 특성에 관계없이 영화 작품을 포함한 모든 형태의 선불 서비스를 위해 지불한 가격(주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료 제외)입니다. 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료 납부자는 최종 사용자가 이러한 서비스에 대해 지불할 가격에 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료를 포함시켜야

합니다.

(4) 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료율은 0.5%입니다.

(5) 수수료 기간은 달력 년도입니다.

(6) 주문형 시청각 미디어 서비스 제공 수수료 납부자는 수수료와 관련된 기록을 유지해야 합니다. 이 기록은 수수료 납부 의무와 관련된 모든 데이터를 포함해야 하며, 다음을 포함하되 이에 국한되지 않습니다: 주문형 시청각 미디어 서비스를 제공받는 사람 수 및 서비스 제공을 위해 지불된 금액.

## 제28조 텔레비전 재방송 수수료

(1) 등록 또는 다른 법적 규정에 따라 재방송을 운영하는 운영자는 텔레비전 재방송 수수료를 납부해야 합니다.

(2) 텔레비전 재방송 수수료는 텔레비전 재방송 제공 가격에 부과됩니다.

(3) 텔레비전 재방송 수수료의 계산 기준은 재방송 제공을 위해 지불된 가격(텔레비전 재방송 수수료 제외)입니다. 텔레비전 재방송 수수료 납부자는 재방송 제공 가격에 텔레비전 재방송 수수료를 포함시켜야 합니다.

(4) 텔레비전 재방송 수수료율은 1%입니다.

(5) 수수료 기간은 달력 년도입니다.

(6) 텔레비전 재방송 수수료 납부자는 수수료와 관련된 기록을 유지해야 합니다. 이 기록은 수수료 납부 의무와 관련된 모든 데이터를 포함해야 하며, 다음을 포함하되 이에 국한되지 않습니다: 텔레비전 재방송을 제공받는 사람 수 및 재방송 제공을 위해 지불된 금액.

## 제28a조 방송 광고 수수료

(1) 방송 광고 수수료를 납부해야 하는 자는 지역 또는 지방이 아닌 텔레비전 방송사로서, 조건부 접근으로 보호되지 않고 송신기를 통해 방송 허가를 받아 방송 사업을 운영하며 영화 작품을 포함한 프로그램을 방송하는 자입니다.

(2) 방송 광고 수수료는 방송 광고 수익에 부과됩니다.

(3) 방송 광고 수수료는 다음을 기준으로 합니다:

a) 회계 실체인 경우 방송 광고 수익,

b) 회계 실체가 아닌 경우 방송 광고 소득.

(4) 수수료 납부자가 제3자를 통해 간접적으로 방송 시간을 판매하여 수익을 창출하는 경우, 수수료 계산 기준에 포함되는 수익은 수수료 납부자가 직접 방송 시간을 판매했을 경우 발생했을 수익입니다.

(5) 방송 광고 수수료율은 2%입니다.

(6) 수수료 기간은 달력 년도입니다.

(7) 방송 광고 수수료 납부자는 수수료와 관련된 기록을 유지해야 하며, 이는 수수료 납부 의무와 관련된 다음과 같은 데이터를 포함해야 합니다:

a) 광고 방송 시간이 제공된 날짜,

b) 방송 시간을 제공받은 자의 이름,

c) 방송 시간을 제공받은 자의 VAT 번호 또는 회사 번호,

d) 광고 방송 시간 제공의 총 금전적 가치,

e) 수수료 기간에 대한 수수료 계산 금액.

## 제28b조 방송 광고 수수료 보충

(1) 방송 광고 수수료 수익이 CZK 150,000,000 미만인 경우, 수수료는 보충 수수료로 증가하며, 보충 금액은 다음의 곱으로 계산됩니다:

a) CZK 150,000,000와 모든 수수료 납부자가 납부한 방송 광고 수수료 총합의 차이,

b) 계수.

- (2) 계수는 수수료 납부자가 납부한 방송 광고 수수료와 모든 수수료 납부자가 납부한 방송 광고 수수료 총합의 몫으로 계산됩니다.
- (3) 방송 광고 수수료 보충 금액은 수수료에 속하는 것으로 취급됩니다.

### 제28c조 방송 광고 수수료 보충 금액의 결정 및 납부

- (1) 수수료 관리자 수수료 결정 문서를 사용하여 방송 광고 수수료 보충 금액을 평가합니다.
- (2) 방송 광고 수수료 보충 금액은 수수료 결정 문서의 전달일로부터 30일 이내에 납부해야 합니다.
- (3) 수수료 관리자가 방송 광고 수수료의 보충 금액을 평가할 경우, 모든 수수료 납부자를 위해 직권으로 평가해야 합니다. 보충 수수료로 결정된 금액이 마지막으로 결정된 보충 금액보다 클 경우, 차액은 추가 수수료 결정 문서의 전달일로부터 30일 이내에 납부해야 합니다.

### 제29조 시청각 수수료에 관한 공동 규정

- (1) 부가가치세는 시청각 수수료의 기준에 포함되지 않습니다.
- (2) 시청각 수수료의 기준은 원으로 올림됩니다.
- (3) 시청각 수수료는 시청각 수수료 기준과 요금률의 곱으로 계산됩니다.
- (4) 기록 유지 의무가 적용되는 데이터는 해당 데이터가 관련된 수수료 결정 기간이 만료될 때까지 수수료 납부자 또는 수수료 납부 의무자가 유지해야 합니다.
- (5) 시청각 수수료 납부자 또는 수수료 납부 의무자는 수수료 신고를 제출해야 합니다. 수수료 신고 기간은 연장될 수 없습니다.
- (6) 수수료 신고의 구조, 포함해야 할 필수 사항은 기금에서 원격 접근이 가능하도록 공개해야 합니다. 시청각 수수료 납부자 또는 수수료 납부 의무자는 원격 접근이 가능한 전자 애플리케이션을 사용하여 전자 형식으로 수수료 신고를 제출해야 합니다.
- (7) 시청각 수수료의 수익은 체크영화기금의 수입이 됩니다. 체크영화기금은 이 수수료의 관리자입니다.

(원문)

Czech Film Fund  
2016

Act No. 496/2012 on Audiovisual Works and Film Support and on  
the Amendment to Certain Laws  
(Audiovision Act)

496  
ACT  
of 26 October 2012  
on Audiovisual Works and Film Support and on the Amendment  
to Certain Laws  
(Audiovision Act)

The Parliament passed the following Act of the Czech Republic

PART ONE  
AUDIOVISION

TITLE IV  
THE CZECH FILM FUND AND PROVISION OF FILM SUPPORT

Division 3  
Audiovisual Fees

Section 25  
Definition of Audiovisual Fees

Audiovisual fees shall include:

- a) fee for cinematographic performance,
- b) fee for provision of on-demand audiovisual media services,
- c) fee for television rebroadcasting., and
- d) fee for broadcast advertising.



## Section 26

### Fee for Cinematographic Performance

(1) The organiser of a cinematographic performance shall be the payer of the fee for cinematographic performance.

(2) The fee for cinematographic performance shall be charged on the admission fee for the public presentation of the cinematographic work. For the purposes of this Act, admission fee shall mean the amount of money paid by the participant of the event for the opportunity to take part in it.

(3) The base for calculating the fee for cinematographic performance shall be the admission fee (not including the fee for cinematographic performance) paid for the presentation of the cinematographic work to the public. The payer of the fee for cinematographic performance shall include the fee for cinematographic performance into the admission fee.

(4) The rate of the fee for cinematographic performance shall be 1%.

(5) The fee period shall be a quarter of the calendar year.

(6) The payer of the fee for cinematographic performance shall maintain records for purposes related to the fee. These records shall comprise any data concerning the obligation to pay the fee, including, but not limited to:

- a) the name of the audiovisual work and the date when the cinematographic performance takes place,
- b) the number of viewers of the cinematographic performance and the amount of admission fee collected for organising the cinematographic performance.

## Section 27

### Fee for Provision of On-demand Audiovisual Media Services

(1) The on-demand audiovisual media service provider<sup>7)</sup> shall be a payer of the fee for the provision of on-demand audiovisual media service.

(2) The fee for the provision of on-demand audiovisual media service shall be charged on the price paid by the end user to the on-demand audiovisual media service provider.

(3) The base for calculating the fee for the provision of on-demand audiovisual media service is the price (without the fee for the provision of on-demand audiovisual media service) paid by the end user to the on-demand audiovisual media service provider for one-time provision of the service, including the presentation of a cinematographic work, or for the on-demand audiovisual media service provided in a manner other than by one-time presentation of the work, irrespective of the technological nature of the service, including also all forms of prepayment, provided that the service includes the presentation of at least one cinematographic work. The payer of the fee for the provision of on-demand audiovisual media service shall include the fee for the provision of on-demand audiovisual media service into the price to be paid by the end user for these services.

(4) The rate of the fee for the provision of on-demand audiovisual media service shall be 0.5%.

(5) The fee period shall be the calendar year.

(6) The payer of the fee for the provision of on-demand audiovisual media service shall maintain records for purposes related to the fee. These records shall comprise any data

concerning the obligation to pay the fee, including, but not limited to, the information about the number of persons to whom the on-demand audiovisual media service is provided and the amount of the price they have paid for the provision of the on-demand audiovisual media service.

## Section 28

### Fee for Television Rebroadcasting

- (1) The operator that operates rebroadcasting on the basis of registration or in accordance with another legal regulation<sup>34)</sup> shall be a payer of the fee for television rebroadcasting.
- (2) The fee for television rebroadcasting shall be charged on the price for the provision of television rebroadcasting.
- (3) The base for calculating the fee for television rebroadcasting shall be the price (without the fee for television rebroadcasting) paid to the payer of the fee for television rebroadcasting for his provision of television rebroadcasting. The payer of the fee for television rebroadcasting shall include the fee for television rebroadcasting into the price for the provision of television rebroadcasting.
- (4) The rate of the fee for television rebroadcasting shall be 1%.
- (5) The fee period shall be the calendar year.
- (6) The payer of the fee for television rebroadcasting shall maintain records for purposes related to the fee. These records shall comprise any data concerning the obligation to pay the fee, including, but not limited to, the information about the number of persons to whom television rebroadcasting is provided and the amount of the price they have paid for the provision of television rebroadcasting.

Section 28a  
**Fee for Broadcast Advertising**

(1) The person/entity liable to pay the fee for broadcast advertising shall be a television broadcaster other than local or regional, whose broadcasting is not protected by conditional access and who operates a broadcasting business under a broadcasting licence via transmitters and broadcasts a programme that also comprises cinematographic works.

(2) The fee for broadcast advertising is payable on the income from broadcast advertising.

(3) The fee for broadcast advertising is based on:

- a) proceeds from broadcast advertising in the case of a liable person/entity who/which is an accounting entity,
- b) income from broadcast advertising in the case of a liable person/entity who/which is not an accounting entity.

(4) If the person/entity liable to pay the fee generates proceeds or income from indirect sale of air time through third parties that are, under the legislation concerning income taxes, related to the person/entity liable to pay the fee and are not end users of the air time, the proceeds or income included in the base for the calculation of the fee shall be the proceeds or income that would be generated by the person/entity liable to pay the fee in the case of direct sale of such air time.

(5) The rate of the fee for broadcast advertising shall be 2%.

(6) The fee period is a calendar year.

(7) The person/entity liable to pay the fee for broadcast advertising shall keep records for purposes related to the fee, including data concerning such a liable person's/entity's liability to

pay the fee, such data being as follows:

- a) the date when air time for advertising was provided,
- b) the name of the person/entity to whom air time is provided by the person/entity liable to pay the fee,
- c) the VAT number or company number of the person/entity to whom air time is provided by the person/entity liable to pay the fee,
- d) the total financial value of the air time provided for advertising as at the date referred to in Section 28a(7)(a) for the charging period,
- e) the calculated amount of the fee for the fee period.

#### Section 28b

#### **Topping up the Fee for Broadcast Advertising**

(1) In the event that the proceeds from the fee for broadcast advertising is less than CZK 150,000,000, the fee shall be increased to top up the fee for broadcast advertising, the topping up amount being calculated as the product of:

- a) the difference between the amount of CZK 150,000,000 and the sum of the fees for broadcast advertising paid by all persons/entities liable to pay the fee and
- b) a coefficient.

(2) The coefficient shall be calculated as the quotient of the fee for broadcast advertising paid by the person/entity liable to pay the fee and the sum of the fees for broadcast advertising paid by all persons/entities liable to pay the fee.

(3) The amount topping up the fee for broadcast advertising shall be treated as appurtenant to the fee.

## Section 28c

### **Determination and Payment of the Amount to Top up the Fee for Broadcast Advertising**

- (1) The fee administrator shall assess the additional amount to top up the fee for broadcast advertising, using a payment assessment document serving for fee assessment.
- (2) The additional amount topping up the fee for broadcast advertising shall be payable and paid within 30 days of the date of delivery of the payment assessment document.
- (3) Should the fee administrator assess an additional amount of the fee for broadcast advertising, such an additional amount topping up the fee shall be so assessed ex officio for all persons/entities liable to pay the fee for broadcast advertising. Should the amount additionally assessed to top up the fee for broadcast advertising be greater than the last determined topping up amount, the difference shall be payable and paid within 30 days of the date of delivery of the additional payment assessment document.

## Section 29

### **Joint Provisions Concerning Audiovisual Fees**

- (1) The value added tax shall not be included in the base of the audiovisual fee.
- (2) The base of the audiovisual fee shall be rounded upwards to whole crowns.
- (3) The audiovisual fee shall be calculated as the product of the

audiovisual fee base and the charge rate.

(4) The data to which the obligation to keep records applies shall be maintained by the payer of, or person/entity liable to pay, the audiovisual fee until the expiry of the fee determination period to which the data are related.

(5) The payer of, or person/entity liable to pay, the audiovisual fee shall submit a fee declaration. The fee declaration period may not be extended.

(6) The structure of the fee declaration, including any mandatory details, shall be made public by the Fund in a manner allowing for remote access. The payers of, or persons/entities liable to pay, the audiovisual fee shall submit the fee declaration in the electronic form, using an electronic application allowing for remote access.

(7) Proceeds from the audiovisual fee shall be an income to the Fund. The Fund shall be the administrator of this fee.



## **[독일] 영화진흥법 제146조-158조**

### **독일 영화 진흥에 관한 법률 (영화진흥법 - FFG)**

FFG

제정일자: 2016년 12월 23일

전문인용:

"2016년 12월 23일 영화진흥법 (BGBl. I S. 3413), 2021년 7월 16일 법률 제25조 1항 (BGBl. I S. 3019)에 의해 최근 개정됨"

제11장 재정, 자금의 사용

제1절 재정

제1항 일반 규정

#### **§ 146 영화부과금**

- (1) 영화진흥기관은 주로 부과 의무자 그룹별로 차등화된 영화부과금을 징수하여 자금을 마련합니다.
- (2) 영화진흥기관은 § 3 2항에 명시된 임무를 이행하는 데 필요한 경우 제3자로부터 기부를 받을 수 있습니다. 이 기부는 영화진흥기관의 수입으로 편입되며, § 159에 따라 사용됩니다. 단, 기부자가 다른 용도를 지정한 경우는 예외로 합니다.

## § 147 부과 규정 간의 관계

부과 의무자가 여러 부과 요건을 충족하는 경우, 각각의 부과 의무는 별개로 존재합니다.

## § 148 영화부과금 징수

영화부과금은 통지서를 통해 징수됩니다. 영화부과금 징수에 대한 이의제기 및 소송은 집행을 정지시키는 효력이 없습니다.

## § 149 납부 기한

(1) 영화관, 비디오 프로그램 제공자, 및 주문형 비디오 서비스 제공자는 §§ 151부터 153까지에 따라 다음 달 10일까지 매월 영화부과금을 영화진흥기관에 납부해야 합니다.

(2) 텔레비전 방송사 및 프로그램 판매자는 §§ 154부터 156까지에 따라 매년 1월 1일과 7월 1일에 영화부과금을 영화진흥기관에 납부해야 합니다.

## § 150 영화의 정의

§§ 152부터 156까지의 의미에서 영화란 독일 또는 해당 영화의 원산지 국가에서 유료로 영화관에서 상영된 영화를 의미합니다.

## 제2항 영화관 및 비디오 산업의 영화부과금

### § 151 영화관의 영화부과금

(1) 58분 이상의 영화 상영을 유료로 개최하는 자는, 연간 매출액이 100,000 유로를 초과하는 각 상영장소의 입장권 판매 순매출액에 대해 영화부과금을 납부해야 합니다.

(2) 영화부과금은 다음과 같습니다:

1. 연간 매출액이 200,000 유로 이하인 경우 1.8%
2. 연간 매출액이 300,000 유로 이하인 경우 2.4%
3. 연간 매출액이 300,000 유로를 초과하는 경우 3%

(3) 매출액 기준을 결정할 때는 전년도 매출액을 기준으로 합니다. 전년도 매출액이 일부 기간 동안만 발생한 경우, 전년도 월평균 매출액에 12를 곱하여 연간 매출액을 산출합니다. 전년도 매출액이 없는 경우, 당해 연도의 월 매출액을 기준으로 연간 매출액을 산출할 수 있습니다.

(4) 영화 임대료를 계산할 때는 영화부과금을 차감하여 계산합니다. 이때 계약 당사자들은 영화부과금을 개별 상영관의 구체적인 부과세율 대신 운영 장소의 평균 부과세율을 기준으로 계산하는 것을 합의할 수 있습니다. 영화관 임대 또는 임차인의 매출액이 임대료 또는 임차료 계산의 기초가 되는 경우에도 이를 적용합니다. 영화관 운영자는 계약 상대방에게 영화부과금의 금액을 증명해야 합니다.

## § 152 비디오 프로그램 제공자의 영화부과금

(1) 라이선스 권한을 보유한 자가 58분 이상의 영화가 포함된 영상 매체를 독일에서 대여 또는 재판매 목적으로 유통시키거나 최종 소비자에게 직접 판매하는 경우(비디오 프로그램 제공자), 부과 대상 영상 매체의 순매출액에 대해 영화부과금을 납부해야 합니다. 이는 부과 대상 영상 매체의 연간 순매출액이 500,000 유로를 초과하고 이 순매출액의 최소 2%가 영화관 영화에 해당하는 경우에만 적용됩니다.

(2) 영화부과금은 다음과 같습니다:

1. 연간 매출액이 2천만 유로 이하인 경우 1.8%
2. 연간 매출액이 2천만 유로를 초과하는 경우 2.5%

(3) 매출액 기준을 결정할 때는 전년도 매출액을 기준으로 합니다. 전년도 매출액이 일부 기간 동안만 발생한 경우, 전년도 월평균 매출액에 12를 곱하여 연간 매출액을 산출합니다. 전년도 매출액이 없는 경우, 당해 연도의 월 매출액을 기준으로 연간 매출액을 산출할 수 있습니다.

### § 153 주문형 비디오 서비스 제공자의 영화부과금

- (1) 국내에 본사 또는 지사를 둔 라이선스 권한 보유자가 상업적 목적으로 유료 또는 광고 지원 주문형 비디오 서비스를 통해 영화관 영화를 이용 가능하게 하는 경우, 독일에서 발생한 영화관 영화의 순매출액이 연간 500,000 유로를 초과하면 영화부과금을 납부해야 합니다.
- (2) 국내에 본사나 지사가 없는 라이선스 권한 보유자의 경우, 독일어 주문형 비디오 서비스와 관련하여 독일에서 발생한 매출액에 대해 동일하게 적용됩니다. 단, 이러한 매출액이 회사 소재지에서 영화 진흥기관을 통해 유사한 재정 기여로 활용되는 경우 부과 의무가 없습니다.
- (3) 영화부과금은 다음과 같습니다:
  1. 연간 매출액이 2천만 유로 이하인 경우 1.8%
  2. 연간 매출액이 2천만 유로를 초과하는 경우 2.5%
- (4) 매출액 기준을 결정할 때는 전년도 매출액을 기준으로 합니다. 전년도 매출액이 일부 기간 동안만 발생한 경우, 전년도 월평균 매출액에 12를 곱하여 연간 매출액을 산출합니다. 전년도 매출액이 없는 경우, 당해 연도의 월 매출액을 기준으로 연간 매출액을 산출할 수 있습니다.

### 제3항 텔레비전 방송사 및 프로그램 판매자의 영화부과금

### § 154 공영 텔레비전 방송사의 영화부과금

- (1) 공영 텔레비전 방송사는 전년도 영화 상영 비용의 3%에 해당하는 영화부과금을 납부해야 합니다. 비용에는 라이선스 비용, 프로그램 배포 및 관리 비용, 영화 공동 제작 기여금이 포함됩니다.
- (2) 독일 공영 방송 연합에 속한 텔레비전 방송사의 부과 기준은 이들 방송사의 전체 영화 상영 비용입니다. 개별 방송사의 부과 금액은 각 방송사의 첫 번째 텔레비전 프로그램 공급 의무에 따라 결정됩니다.

## § 155 무료 상업 텔레비전 방송사의 영화부과금

- (1) 무료 상업 텔레비전 방송사는 영화 비율이 2% 이상인 경우, 연간 순광고 매출이 750,000 유로를 초과하면 영화부과금을 납부해야 합니다.
- (2) 영화부과금은 전년도 순광고 매출을 기준으로 합니다. 방송 시간 중 영화 비율에 따라 다음과 같이 부과됩니다:
  1. 10% 미만: 0.15%
  2. 10% 이상 18% 미만: 0.35%
  3. 18% 이상 26% 미만: 0.55%
  4. 26% 이상 34% 미만: 0.75%
  5. 34% 이상: 0.95%
- (3) 매출액 기준을 결정할 때는 전년도의 매출액을 기준으로 합니다. 전년도 매출액이 일부 기간 동안만 발생한 경우, 전년도 월평균 매출액에 12를 곱하여 연간 매출액을 산출합니다. 전년도 매출액이 없는 경우, 당해 연도의 월 매출액을 기준으로 연간 매출액을 산출할 수 있습니다.

## § 156 유료 텔레비전 방송사 및 프로그램 판매자의 영화부과금

- (1) 유료 텔레비전 방송사는 전년도 소비자와의 구독 계약으로 발생한 순매출액의 0.25%에 해당하는 영화부과금을 납부해야 합니다. 단, 이 매출액이 750,000 유로를 초과하고 기술 서비스 제공에 해당하는 매출액은 제외됩니다.
- (2) 개별 요금 유료 텔레비전 방송사에도 동일하게 적용됩니다.
- (3) 프로그램 판매자가 최종 소비자에게 판매하는 프로그램 번들에도 동일하게 적용됩니다.
- (4) 부과 금액 계산 시 독일에서 방송되고 배포되는 프로그램만 포함됩니다. 영화 비율이 2% 미만인 프로그램은 포함되지 않습니다.
- (5) 매출액 기준을 결정할 때는 전년도의 매출액을 기준으로 합니다. 전년도 매출액이 일부 기간 동안만 발생한 경우, 전년도 월평균 매출액에 12를 곱하여 연간 매출액을 산출합니다. 전년도 매출액이 없는 경우, 당해 연도의 월 매출액을 기준으로 연간 매출액을 산출할 수 있습니다.

## § 157 미디어 서비스

텔레비전 방송사는 §§ 154, 155, 156 1항 및 2항에 따른 영화부과금의 최대 40%를 영화 광고 시간(미디어 서비스) 형태로 제공할 수 있습니다. 이때 미디어 서비스의 가치는 대체되는 현금 서비스의 가치보다 50% 이상 높아야 합니다.

## § 158 추가 서비스

§§ 154에서 156에 따른 금액을 초과하는 텔레비전 방송사 및 프로그램 판매자의 추가 지급금이나 기타 서비스는 영화진흥기관과의 계약에 명시됩니다.

(원문)

## Gesetz über Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films\* (Filmförderungsgesetz - FFG)

FFG

Ausfertigungsdatum: 23.12.2016

Vollzitat:

"Filmförderungsgesetz vom 23. Dezember 2016 (BGBl. I S. 3413), das zuletzt durch Artikel 25 Absatz 1 des Gesetzes vom 16. Juli 2021 (BGBl. I S. 3019) geändert worden ist"

**Hinweis:**

Änderung durch Art. 1 G v. 16.7.2021 I 3019 (Nr. 46) textlich nachgewiesen, dokumentarisch noch nicht abschließend bearbeitet  
Änderung durch Art. 25 Abs. 1 G v. 16.7.2021 I 3019 (Nr. 51) textlich nachgewiesen, dokumentarisch noch nicht abschließend bearbeitet

\* Notifiziert gemäß der Richtlinie (EU) 2015/1535 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9.

September 2015 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft (ABl. L 241 vom 17.9.2015, S. 1).

# Kapitel 11

## Finanzierung, Verwendung der Mittel

### Abschnitt 1

#### Finanzierung

##### Unterabschnitt 1

##### Allgemeine Vorschriften

#### § 146 Filmabgabe

(1) Die Filmförderungsanstalt finanziert sich im Wesentlichen durch die Erhebung einer nach Untergruppen von Abgabeschuldnern differenziert ausgestalteten Filmabgabe.

(2) Die Filmförderungsanstalt kann darüber hinaus Zuwendungen von dritter Seite entgegennehmen, sofern der Zuwendungszweck mit der Erfüllung der Aufgaben nach § 3 Absatz 2 in Einklang steht. Die Zuwendungen sind den Einnahmen der Filmförderungsanstalt zuzuführen und nach Maßgabe des § 159 zu verwenden, es sei denn, dass der Zuwendungsgeber etwas anderes bestimmt.

#### § 147 Verhältnis der Abgabevorschriften zueinander

Erfüllt ein Abgabeschuldner mehrere Abgabebetstände, so bestehen die Abgabepflichten nebeneinander.

#### § 148 Erhebung der Filmabgabe

Die Filmabgabe wird durch Bescheid erhoben. Widerspruch und Anfechtungsklage gegen den Bescheid über die Erhebung der Filmabgabe haben keine aufschiebende Wirkung.



## **§ 149 Fälligkeit**

(1) Die Filmabgabe der Kinos, der Videoprogrammanbieter und der Anbieter von Videoabrufdiensten nach den §§ 151 bis 153 ist monatlich jeweils bis zum Zehnten des folgenden Monats an die Filmförderungsanstalt zu zahlen.

(2) Die Filmabgabe der Fernsehveranstalter und Programmvermarkter nach den §§ 154 bis 156 ist halbjährlich jeweils zum 1. Januar und zum 1. Juli eines Jahres an die Filmförderungsanstalt zu zahlen.

## **§ 150 Begriffsbestimmung Kinofilm**

Ein Kinofilm im Sinne der §§ 152 bis 156 ist ein Film, der in Deutschland oder in seinem Ursprungsland gegen Entgelt im Kino aufgeführt wurde.

## **Unterabschnitt 2**

### **Filmabgabe der Kinos und der Videowirtschaft**

## **§ 151 Filmabgabe der Kinos**

(1) Wer entgeltliche Vorführungen von Filmen mit einer Laufzeit von mehr als 58 Minuten veranstaltet, hat für jede Spielstelle vom Nettoumsatz aus dem Verkauf von Eintrittskarten eine Filmabgabe zu entrichten, wenn dieser durch den Veranstalter erzielte Umsatz je Spielstelle im Jahr 100 000 Euro übersteigt.

(2) Die Filmabgabe beträgt

1. bei einem Jahresumsatz von bis zu 200 000 Euro 1,8 Prozent,
2. bei einem Jahresumsatz von bis zu 300 000 Euro 2,4 Prozent und
3. bei einem Jahresumsatz von über 300 000 Euro 3 Prozent.

(3) Für die Bestimmung der Umsatzgrenzen ist der Umsatz des

Vorjahres zugrunde zu legen. Ist der Umsatz nur während eines Teils des Vorjahres erzielt worden, wird der Jahresumsatz errechnet, indem der durchschnittliche monatliche Umsatz des Vorjahres mit der Zahl zwölf multipliziert wird. Liegen keine Vorjahresumsätze vor, können die Umsatzgrenzen nach Satz 2 anhand der Monatsumsätze im Abgabebjahr errechnet werden.

(4) Für die Berechnung der Filmmieten ist die Berechnungsgrundlage um die Filmabgabe zu vermindern. Hierbei können die Vertragsparteien vereinbaren, dass bei der Berechnung der Filmabgabe an Stelle der konkreten Abgabesätze der einzelnen Leinwände der durchschnittliche Abgabesatz der Betriebsstätte zugrunde gelegt wird. Falls der Veranstalter Mieter oder Pächter eines Kinos ist und die Höhe seines Umsatzes Grundlage für die Berechnung der Miete oder Pacht ist, gilt Satz 1 auch für die Berechnung der Miete oder Pacht. Der Veranstalter hat gegenüber seinem Vertragspartner die Höhe der Filmabgabe nachzuweisen.

## **§ 152 Filmabgabe der Videoprogrammanbieter**

(1) Wer als Inhaber der Lizenzrechte Bildträger, die mit Filmen mit einer Laufzeit von mehr als 58 Minuten bespielt sind, in der Bundesrepublik Deutschland zur Vermietung oder zum Weiterverkauf in den Verkehr bringt oder unmittelbar an Letztverbraucher verkauft (Videoprogrammanbieter), hat vom Nettoumsatz mit abgabepflichtigen Bildträgern eine Filmabgabe zu entrichten. Dies gilt nur für Videoprogrammanbieter, deren Nettoumsatz mit abgabepflichtigen Bildträgern 500 000 Euro im Jahr übersteigt und bei denen ein Anteil von mindestens 2 Prozent dieses Nettoumsatzes auf Kinofilme entfällt.

(2) Die Filmabgabe beträgt

1. bei einem Jahresumsatz von bis zu 20 Millionen Euro 1,8 Prozent und
  2. bei einem Jahresumsatz von über 20 Millionen Euro 2,5 Prozent.
- (3) Für die Bestimmung der Umsatzgrenzen ist der Umsatz des Vorjahres zugrunde zu legen. Ist der Umsatz nur während eines Teils des Vorjahres erzielt worden, wird der Jahresumsatz errechnet, indem der durchschnittliche monatliche Umsatz des Vorjahres mit der Zahl zwölf multipliziert wird. Liegen keine Vorjahresumsätze vor, können die Umsatzgrenzen anhand der Monatsumsätze im Abgabejahr errechnet werden.

### **§ 153 Filmabgabe der Anbieter von Videoabrufdiensten**

(1) Inhaber von Lizenzrechten mit Sitz oder Niederlassung im Inland, die zu gewerblichen Zwecken hergestellte Kinofilme mittels entgeltlicher oder werbefinanzierter Videoabrufdienste verwerten, haben vom in Deutschland erzielten Nettoumsatz mit der Verwertung von Kinofilmen eine Filmabgabe zu entrichten, wenn dieser 500 000 Euro im Jahr übersteigt.

(2) Für Inhaber von Lizenzrechten ohne Sitz oder Niederlassung im Inland gilt Absatz 1 entsprechend für Angebote von deutschsprachigen Videoabrufdiensten in Bezug auf in Deutschland erzielte Umsätze. Die Abgabepflicht nach Satz 1 besteht nicht, wenn die entsprechenden Umsätze am Ort des Unternehmenssitzes zu einem vergleichbaren finanziellen Beitrag zur Förderung von Kinofilmen durch eine Filmfördereinrichtung herangezogen werden.

(3) Die Filmabgabe beträgt

1. bei einem Jahresumsatz von bis zu 20 Millionen Euro 1,8 Prozent und
  2. bei einem Jahresumsatz von über 20 Millionen Euro 2,5 Prozent.
- (4) Für die Bestimmung der Umsatzgrenzen ist der Umsatz des Vorjahres zugrunde zu legen. Ist der Umsatz nur während eines

Teils des Vorjahres erzielt worden, wird der Jahresumsatz errechnet, indem der durchschnittliche monatliche Umsatz des Vorjahres mit der Zahl zwölf multipliziert wird. Liegen keine Vorjahresumsätze vor, können die Umsatzgrenzen anhand der Monatsumsätze im Abgabebjahr errechnet werden.

### **Unterabschnitt 3**

## **Filmabgabe der Fernsehveranstalter und Programmvermarkter**

### **§ 154 Filmabgabe der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter**

(1) Die öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter haben eine Filmabgabe in Höhe von 3 Prozent ihrer Kosten für die Ausstrahlung von Kinofilmen des vorletzten Jahres zu zahlen. Zu den Kosten zählen die Lizenzkosten, anteilige Programmverbreitungs- und Verwaltungskosten sowie Koproduktionsbeiträge zu Kinofilmen.

(2) Bemessungsgrundlage der Abgabe der in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland zusammengeschlossenen Fernsehveranstalter sind die Kosten aller dieser Fernsehveranstalter für die Ausstrahlung von Kinofilmen insgesamt. Die Höhe der Abgaben der einzelnen in der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland zusammengeschlossenen Fernsehveranstalter bemisst sich nach der Zulieferverpflichtung der jeweiligen Fernsehveranstalter zum Ersten Fernsehprogramm.

### **§ 155 Filmabgabe der Veranstalter frei empfangbarer Fernsehprogramme privaten Rechts**

(1) Die Veranstalter frei empfangbarer Fernsehprogramme privaten

Rechts haben für Fernsehprogramme mit einem Kinofilmanteil von mindestens 2 Prozent eine Filmabgabe zu leisten, wenn ihr Nettowerbeumsatz 750 000 Euro übersteigt.

(2) Die Filmabgabe bemisst sich nach den Nettowerbeumsätzen des vorletzten Jahres. Sie beträgt bei einem Anteil von Kinofilmen an der Gesamtsendezeit

1. von weniger als 10 Prozent 0,15 Prozent,
2. von mindestens 10, aber weniger als 18 Prozent 0,35 Prozent,
3. von mindestens 18, aber weniger als 26 Prozent 0,55 Prozent,
4. von mindestens 26, aber weniger als 34 Prozent 0,75 Prozent und
5. von mindestens 34 Prozent 0,95 Prozent.

(3) Für die Bestimmung der Umsatzgrenzen ist der Umsatz des Vorjahres zugrunde zu legen. Ist der Umsatz nur während eines Teils des Vorjahres erzielt worden, wird der Jahresumsatz errechnet, indem der durchschnittliche monatliche Umsatz des Vorjahres mit der Zahl zwölf multipliziert wird. Liegen keine Vorjahresumsätze vor, können die Umsatzgrenzen anhand der Monatsumsätze im Abgabebjahr errechnet werden.

## **§ 156 Filmabgabe der Veranstalter von Bezahlfernsehen und der Programmvermarkter**

(1) Die Veranstalter von Bezahlfernsehen gegen pauschales Entgelt haben eine Filmabgabe in Höhe von 0,25 Prozent ihrer Nettoumsätze mit Abonnementverträgen mit Letztverbraucherinnen und Letztverbrauchern in Deutschland im vorletzten Jahr zu leisten, soweit diese Umsätze nicht auf die Erbringung technischer Leistungen entfallen und 750 000 Euro im Jahr übersteigen.

(2) Absatz 1 gilt entsprechend für Veranstalter von Bezahlfernsehen gegen individuelles Entgelt.

(3) Absatz 1 gilt entsprechend für Programmvermarkter, die Bündel von Programmangeboten nach Absatz 1 oder Absatz 2 an Endverbraucher vermarkten.

(4) Bei der Berechnung der Abgabenhöhe sind nur solche Programmangebote einzubeziehen, die in Deutschland veranstaltet und verbreitet werden. Nicht einzubeziehen sind Programmangebote, bei denen der Anteil von Kinofilmen an der Gesamtsendezeit weniger als 2 Prozent beträgt.

(5) Für die Bestimmung der Umsatzgrenzen ist der Umsatz des Vorjahres zugrunde zu legen. Ist der Umsatz nur während eines Teils des Vorjahres erzielt worden, wird der Jahresumsatz errechnet, indem der durchschnittliche monatliche Umsatz des Vorjahres mit der Zahl zwölf multipliziert wird. Liegen keine Vorjahresumsätze vor, können die Umsatzgrenzen anhand der Monatsumsätze im Abgabejahr errechnet werden.

## **§ 157 Medialeleistungen**

Die Fernsehveranstalter können bis zu 40 Prozent ihrer Abgaben nach den §§ 154, 155 und 156 Absatz 1 und 2 in Form von Werbezeiten für Kinofilme (Medialeleistungen) erbringen. Hierbei muss der Wert der Medialeleistungen nach dem Bruttolistenpreis den Wert der ersetzten Barleistungen um die Hälfte überschreiten.

## **§ 158 Zusätzliche Leistungen der Fernsehveranstalter und Programmvermarkter**

Über die sich aus den §§ 154 bis 156 ergebenden Beträge hinausgehende Zahlungen oder sonstige Leistungen der Fernsehveranstalter und Programmvermarkter werden in Verträgen mit der Filmförderungsanstalt vereinbart.