Forum-Gewerberecht | sonstige Themen | Wetten: Neue TV-Aufwandsteuer für den/die Finanzminister?

Autor	Beitrag

Autor	Beitrag
anders 11.07.2006 17:32	Wenn das Glücksspiel künftig noch intensiver über das deutsche Fernsehen und Internet verbreitet werden darf/soll, bietet es sich doch an, rechtzeitig eine angemessene Aufwandsteuer (TV- Vergnügungsteuer), möglichst auf nationaler Ebene einzuführen. Das TVVStG ist schon deshalb so wichtig, weil damit auch die viel diskutierte Spielsucht entsprechend berücksichtigt werden kann. Aufgrund der Tatsache, dass ca. 27 Milliarden € jährlich für das Glücksspiel in Deutschland ausgegeben werden, kommt es zu enormen Umsatzverschiebungen im bestehenden Glücksspielmarkt. Alleine schon das öffentliche Interesse setzt deshalb auf eine konsequente und ohne Ausnahmen versehene Besteuereung. Zum ersten Mal die Möglichkeit, dass alle gleichbehandelt werden! Wenn die Sender meinen, das eine solche Umsetzung nicht möglich ist, dann können u. U. die eingesetzten Telefongesellschaften, etc. ja die TVVSt abführen. Das geht schneller, ist besser zu kontrollieren und belastet die Sender und mehr. Hier schon einmal vorab eine Hilfestellung für den/die Finanzminister, Finanzausschuss und den deutschen Bundestag, etc.: Die Gesetzgebungskompetenz des Landes für das TVVStG (Television Vergnügungssteuergesetz) ergibt sich aus Art. 105 Abs. 2a GG. 1. Nach dieser Vorschrift haben die Länder die Befugnis zur Gesetzgebung über die örtlichen Verbrauch- und Aufwandsteuern, solange und soweit sie nicht bundesgesetzlich geregelten Steuern gleichartig sind. Das Gleichartigkeitsverbot umfasst dabei nicht die herkömmlichen Verbrauch- und Aufwandsteuern, selbst wenn sie dieselbe Quelle wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit ausschöpfen wie Bundessteuern. 2. Zu den traditionellen Kommunalsteuern gehört auch die Vergnügungssteuer, die nach bisheriger ständiger höchstrichterlicher Rechtsprechung pauschal als TV-Vergnügungssteuer erhoben werden kann. Art. 105 Abs. 2a GG eröffnet dabei dem Gesetzgeber einen weitreichenden Spielraum zur Ausgestaltung, Veränderung und Fortentwicklung der Steuer. Derartige steuerrechtliche Regelungen sind unter dem Blickwinkel der grundgesetzlichen Zuständigkeitsverteilung solange verfassungsrechtlich nicht zu beanstanden, als sie die herkömmlichen, die jeweilige Steuer kennzeichnenden Merkmale wahren. Zu diesen die TV-Vergnügungssteuer als Aufwandsteuer kennzeichnenden Merkmalen gehört insbesondere, dass sie auf den Benutzer der Veranstaltung abwälzbar sein muss. Das bedeutet jedoch nicht, dass dem Steuerschuldner die rechtliche Gewähr geboten wird, er werde den als Steuer gezahlten Geldbetrag –etwa wie einen durchlaufenden Posten- von der vom Steuergesetz der Idee nach als Steuerträger gemeinten Person auch ersetzt erhalten. Das Gesetz überlässt es dem Steuerschuldner, den Steuerbetrag in die Kalkulation einzubeziehen und die Wirtschaftlichkeit seines Unternehmens trotz der Steuer zu wahren (Kammerbeschluss des BVerfG vom 3. Mai 2001 1 BvR 624/00, Beilage zu BFH/NV 8/2001, 159, m.w.N.). Die folgenden Unternehmen senden, die ersten selbsternannten Experten und Lobbyisten zu dieser Diskussion. acoreus, Betty TV, ContentLogic Interactive Media, conVISUAL, Deluxe Television, 1-2-3.tv, GIGA Digital Television, InteracT!V Gesellschaft für interaktive TV Dienste, Kabel Deutschland, mediascale, neckermann.de, o2 Germany, RTL Media Services, Screen Digest, SevenOne, Intermedia Traumpartner.TV, Wellington Partners Venture Capital Und jetzt folgt der Bericht: EUROFORUM-Konferenz: Interactive TV 11. - 13. September 2006, München Neue TV-Welt: Shoppen, Daten, Wetten 11.07.2006 - 10:59 Uhr.

Autor	Beitrag
	Düsseldorf (ots) - Die Fernseh-Zuschauer werden bald zu Regisseuren und Drehbuchautoren. Durch verschiedene technische Response-Möglichkeiten kann der Zuschauer neben Spielen, Shopping und Wetten auch Spielfilme und Serien thematisch beeinflussen. Was sich die Branche von diesen interaktiven Formaten verspricht, erstmals übrigens vom spanischen Fernsehsender Television Española bereits 1993 getestet, wird auf der EUROFORUM Konferenz "Interactive TV" am 11. und 13. September 2006 in München diskutiert. Spielen, Wetten, Shoppen und Dating - die Bandbreite der interaktiven Konzepte der RTL-Gruppe stellt Dr. Constantin Lange vor. Die Herausforderungen für die Programmgestaltung sowie die Chancen und Risiken des interactive TV sind weitere Themen seines Vortrags. Dass Content weiterhin König bleibt, legt Dr. phil. Simone Emmelius dar. Das richtige Format, die Anforderungen des Publikums kennen und Schlüsse aus dem Nutzungsverhalten der Zuschauer ziehen, sind für dieLeiterin ZDFvision die wesentlichen Erfolgsfaktoren. Weiter unter: http://www.presseportal.de/story.htx?nr=846747 Das vollständige Programm ist im Internet abrufbar unter: http://www.euroforum.de/pr-interactive06

In diesem Thema befinden sich folgende Anhänge:

Powered by: PDF Thread Hack 1.0 Beta 2 © 2004 Christian Fritz
Powered by Burning Board 2.3.6 pl2 © 2001-2004 WoltLab GmbH