

Das Gesetz Nr. 127 vom 4. Dezember 1992 über Rundfunkdienste und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf wird wie folgt geändert:

Der Titel des Gesetzes erhält folgende Fassung:

**Gesetz über den Rundfunk und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf usw.
(das Rundfunkgesetz)**

§ 2-1 Absatz 3 erhält folgende Fassung:

Um Rundfunk oder lokale Sendungen zu betreiben, die keiner Lizenzierung gemäß Absatz 1 unterliegen, muss der Sender bei der *Norwegischen Medienbehörde registriert werden. Um audiovisuelle Mediendienste auf Abruf in Anspruch nehmen zu können, muss der Diensteanbieter bei der norwegischen Medienbehörde registriert sein.* Der König kann Verordnungen erlassen, in denen weitere Regeln für die Registrierungspflicht festgelegt sind.

§ 2-19 erhält folgende Fassung:

§ 2-19 Barrierefreiheit audiovisueller Programme

Anbieter von Fernseh- und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf müssen angemessene Maßnahmen ergreifen, um sicherzustellen, dass die audiovisuellen Programme in ihren Diensten Menschen mit Behinderungen durch Untertitel, Verdolmetschung durch Gebärdensprache, Audiobeschreibung, Audiountertitel oder andere Methoden zugänglich gemacht werden.

Anbieter von Fernseh- und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf müssen einen Aktionsplan für die Verbesserung audiovisueller Programme ausarbeiten, die Menschen mit Behinderungen in ihren Diensten zugänglich gemacht werden.

Der König erlässt Verordnungen, in denen weitere Regeln für die Zugänglichkeit audiovisueller Programme in Fernseh- und audiovisuellen Diensten festgelegt werden, auch in Bezug darauf, wie und inwieweit die Diensteanbieter angemessene Maßnahmen ergreifen müssen, um sicherzustellen, dass audiovisuelle Programme für Menschen mit Behinderungen zugänglich gemacht werden.

Der neue § 2-21 erhält folgende Fassung:

**§ 2-21 Verpflichtung zur Kofinanzierung audiovisueller Werke in norwegischer Sprache
(Kofinanzierungspflicht)**

Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf sind verpflichtet, einen finanziellen Beitrag zur Produktion norwegischer audiovisueller Werke zu leisten. Diese Verpflichtung gilt auch für Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf mit Sitz in anderen EWR-Ländern, die audiovisuelle Mediendienste auf Abruf für ein norwegisches Publikum anbieten.

Alternative 1 (Absatz 2): *Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf müssen einen jährlichen Beitrag an den norwegischen Filmfonds (Filmfondet) zahlen. Die Verpflichtung zur Abgabe eines Beitrags wird verringert oder beendet, wenn direkte Investitionen in audiovisuelle Werke in norwegischer Sprache getätigt werden, welche die Höhe überschreiten, die in den Verordnungen gemäß dem letzten Absatz festgelegt ist. Beiträge*

zum norwegischen Filmfonds werden für Zuschüsse für audiovisuelle Produktionen verwendet.

Alternative 2 (Absatz 2): Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf müssen eine Direktinvestition in norwegische audiovisuelle Werke tätigen, die mindestens 5 % des Jahresumsatzes mit audiovisuellen Mediendienste auf Abruf in Norwegen entspricht.

Folgende Dienstleister sind von der Kofinanzierungspflicht befreit:

- a) Dienstleister mit geringem Umsatz oder geringem Publikum,
- b) Norsk rikskringkasting AS
- c) Dienstleister, die keine Spielfilme, Dokumentationen, Dramaserien und Dokumentarfilme anbieten.

Die norwegische Medienbehörde kann eine Ausnahme von der Kofinanzierungspflicht gewähren, wenn ein Diensteanbieter eine solche Ausnahme beantragt, wenn die Art oder der Inhalt des Dienstes darauf schließen lassen, dass eine solche Verpflichtung undurchführbar oder ungerechtfertigt wäre.

Unter Umsatz versteht man die Bruttoeinnahmen des Dienstleisters in Norwegen, einschließlich Einnahmen aus Abonnements, Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung abzüglich Mehrwertsteuer.

Durch Direktinvestitionen sind Investitionen in die Produktion, den Erwerb von Rundfunkrechten und das Äquivalent in unabhängige, norwegische audiovisuelle Werke gemeint.

Im Sinne von „norwegischsprachigen audiovisuellen Werken“ sind Werke gemeint, die den Kulturtest (Kulturtesten) in § 1-4 der Verordnung über Zuschüsse für audiovisuelle Produktionen bestehen und von einem Hersteller produziert werden, der die Anforderungen von § 3-2 der Verordnung über Zuschüsse für audiovisuelle Produktion erfüllt. Investitionen in den Erwerb von Rundfunkrechten qualifizieren sich, wenn das Werk nicht älter als drei Jahre ist.

Bei der Beurteilung, was Direktinvestitionen und audiovisuelle Werke in norwegischer Sprache darstellt, kann die norwegische Medienbehörde eine Stellungnahme des Norwegischen Filminstituts (Norsk filminstitut) einholen.

Der König kann Verordnungen erlassen, in denen weitere Regeln für die Ausnahmen von der Kofinanzierungspflicht, die Höhe der Direktinvestitionen, den Beitrag zum norwegischen Filmfonds und die Berichterstattung festgelegt werden. Die norwegische Medienbehörde kann Vorschriften erlassen, in denen weitere Regeln für die Berichterstattung und die Erhebung von Beiträgen an den norwegischen Filmfonds festgelegt werden.

§ 3-4 erhält folgende Fassung:

§ 3-4. Sponsoring im Rundfunk und in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf usw. Programme, Rundfunk oder audiovisuelle Mediendienste auf Abruf dürfen nicht von natürlichen oder juristischen Personen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit darin besteht, Produkte oder Dienstleistungen herzustellen, zu verkaufen oder zu vermieten, für die Werbung nach norwegischen Rechtsvorschriften oder gemäß diesen Vorschriften erlassenen Vorschriften verboten ist.

§ 3-6 erhält folgende Fassung:

§ 3-6. Produktplatzierung in Rundfunksendungen und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf

Die Platzierung von Produkten in Rundfunksendungen und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf ist in Programmen für Nachrichten und Aktuelles, Verbraucherprogrammen, religiösen Programmen, Kindersendungen und Dokumentationen verboten.

Das neue Kapitel 5a erhält folgende Fassung:

Kapitel 5a – Dienste von Video-Sharing-Plattformen

§ 5a-2; Pflicht zur Registrierung

Anbieter von Video-Sharing-Plattformen unter norwegischer Gerichtsbarkeit sind verpflichtet, sich bei der norwegischen Medienbehörde zu registrieren.

§ 5a-4 Schutz der Öffentlichkeit vor illegalen Inhalten

Anbieter von Videoplattformen müssen geeignete Maßnahmen ergreifen, um die Öffentlichkeit vor audiovisuellen Programmen, von Nutzern generierten Videos und Werbung, Produktplatzierung und Sponsoring im Dienst zu schützen, die Inhalte haben, die gegen die §§ 136 (a), 183, 185, 263 und 311 des norwegischen Strafgesetzbuchs und Abschnitt 13 des Gleichstellungs- und Diskriminierungsgesetzes verstoßen.

§ 5a-5 Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung, vermarktet, verkauft oder arrangiert von Anbietern von Video-Sharing-Plattformen

Die folgenden Regeln gelten entsprechend für Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung, die von Anbietern von Videoplattformen vermarktet, verkauft oder arrangiert werden und die in audiovisuellen Programmen und nutzergenerierten Videos enthalten sind oder diese begleiten:

- a) § 3-1 Absatz 1 über das Verbot von Werbung im Zusammenhang mit Kinderprogrammen usw.,
- b) § 3-3 über das Verbot der heimlichen Werbung und anderer Formen der heimlichen Vermarktung,
- c) § 3-4 über Sponsoring im Rundfunk und in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf,
- d) § 3-6 über die Produktplatzierung im Rundfunk und in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf und § 3-7 über die Anforderungen an Programme mit Produktplatzierung.

Der König kann Vorschriften erlassen, die weitere Regeln für Werbung, Sponsoring und Produktplatzierung in Video-Sharing-Plattformdiensten festlegen.

§ 5a-6 Werbung, Produktplatzierung und Sponsoring, die nicht von Anbietern von Video-Sharing-Plattformen verkauft, vermarktet oder arrangiert werden

Anbieter von Videoplattformen müssen geeignete Maßnahmen ergreifen, um sicherzustellen, dass Werbung, Produktplatzierung und Sponsoring, die nicht von Anbietern verkauft, vermarktet oder arrangiert werden und die in audiovisuellen Programmen und nutzergenerierten Videos enthalten sind oder diese begleiten, die Anforderungen erfüllen:

- a) § 3-1 Absatz 1 über das Verbot von Werbung im Zusammenhang mit Kinderprogrammen usw.,
- b) § 3-3 über das Verbot der heimlichen Werbung und anderer Formen der heimlichen Vermarktung,
- c) § 3-4 über Sponsoring im Rundfunk und in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf,
- d) § 3-6 über die Produktplatzierung in Rundfunksendungen und in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf und § 3-7 über die Anforderungen an Programme, die eine Produktplatzierung enthalten,
- e) § 2 des Marketingkontrollgesetzes über gute Marketingpraktiken usw.,
- f) § 9-1 Alkoholgesetz über das Verbot der Werbung für Gegenstände zur Herstellung von alkoholischen Getränken und § 9-2 über das Verbot der Werbung für alkoholische Getränke mit den dazugehörigen Vorschriften,
- g) § 22 des Tabakkontrollgesetzes über das Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse usw. und § 23 über das Verbot des Tabaksponsorings mit entsprechenden Vorschriften,
- h) § 13-4 der Arzneimittelverordnung über das Verbot der Werbung für Arzneimittel an die breite Öffentlichkeit und
- i) § 6 des Glücksspielgesetzes über die Vermarktung von Glücksspielen.

Der König kann Vorschriften erlassen, die weitere Regeln für Werbung, Produktplatzierung und Sponsoring festlegen, die nicht von Anbietern von Video-Sharing-Plattformen verkauft, vermarktet oder organisiert werden.

Die Verordnung Nr. 153 vom 28. Februar 1997 über Rundfunk und audiovisuelle Abrufdienste wird wie folgt geändert:

Der Titel der Verordnungen erhält folgende Fassung:

Vorschriften für Rundfunk und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf etc. (die Rundfunkbestimmungen)

§ 1-3 erhält folgende Fassung:

§ 1-3 Registrierungspflicht

Rundfunkveranstalter, lokale Rundfunkveranstalter und Diensteanbieter sind verpflichtet, sich bei der norwegischen Medienbehörde mit dem vorgeschriebenen Formular anzumelden. Das Registrierungsformular muss die Informationen enthalten, die erforderlich sind, damit die norwegische Medienbehörde ihre Aufgaben gemäß Gesetz und Vorschriften wahrnehmen kann.

Rundfunk und das Angebot von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf kann erst stattfinden, wenn die norwegische Medienbehörde bestätigt, dass sie ein korrekt ausgefülltes Registrierungsformular erhalten hat.

§ 2-1a lautet wie folgt:

Abschnitt 2-1a. Anteil europäischer Programme an audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf

Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf müssen einen Anteil von mindestens 30 % an europäischen Werken in ihren Katalogen haben und die Bekanntheit dieser Werke sicherstellen.

Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf mit einem Publikumsanteil von weniger als 1 % auf dem norwegischen Markt oder Unternehmen mit einem Jahresumsatz von höchstens 20 Mio. NOK sind von den Verpflichtungen nach Absatz 1 befreit. Die norwegische Medienbehörde kann Anbieter von den Verpflichtungen nach Absatz 1 befreien, wenn Art und Inhalt der Dienstleistung dazu führen, dass eine solche Verpflichtung undurchführbar oder ungerechtfertigt wäre.

§ 2-4 erhält folgende Fassung:

§ 2-4. Statistiken über europäische Werke

Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf sind verpflichtet, Statistiken über den Anteil der europäischen Werke in ihren Katalogen und die Art und Weise, wie diese Werke gefördert wurden, beizubehalten, vgl. § 2-1a. Die Statistiken und die Informationen müssen der norwegischen Medienbehörde bis xx.xx.xxxx und dann jedes zweite Jahr vorgelegt werden.

Das neue Kapitel 2a erhält folgende Fassung:

§ 2a – Zugänglichkeit audiovisueller Programme

§ 2a-3 Zugänglichkeit von audiovisuellen Programmen in kommerziellen audiovisuellen Mediendienste auf Abruf mit einem Anteil an der Betrachtungszeit von mehr als fünf Prozent

Anbieter kommerzieller audiovisueller Mediendienste auf Abruf mit einem Anteil an der Betrachtungszeit von mehr als fünf Prozent auf dem nationalen Markt für solche Dienste müssen sicherstellen, dass audiovisuelle Programme in ihren Diensten für Menschen mit Behinderungen bereitgestellt werden, indem

- a. Untertitelung aller neuen audiovisuellen Programme,
- b. Bereitstellung aller neuen audiovisuellen Programme, die in Gebärdensprache im Fernsehen gedolmetscht wurden, mit Gebärdensprache, wenn die audiovisuellen Programme in einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf aufgenommen werden;
- c. Bereitstellung aller neuen audiovisuellen Programme mit einer Audiobeschreibung im Fernsehen mit Audiobeschreibung, wenn die audiovisuellen Programme in einem audiovisuellen Mediendienste auf Abruf enthalten sind, und
- d. Bereitstellung sendebereiter audiovisueller Programme mit Audiountertiteln im Fernsehen mit Audiountertiteln, wenn die audiovisuellen Programme in einem audiovisuellen Mediendienst auf Abruf enthalten sind.

§ 2a-4 Zugänglichkeit von audiovisuellen Programmen auf kommerziellen Fernsehsendern und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf mit geringem Publikum

Anbieter kommerzieller Fernsehkanäle und audiovisueller Mediendienste auf Abruf, die nicht unter die Anforderungen der § 2a-2 oder 2a-3 fallen, müssen angemessene Maßnahmen ergreifen, um kontinuierlich und schrittweise sicherzustellen, dass in ihren Diensten audiovisuelle Programme für Menschen mit Behinderungen bereitgestellt werden.

Bei der Beurteilung, was als verhältnismäßige Maßnahmen gemäß Absatz 1 angesehen wird, werden die finanziellen Voraussetzungen, die Publikumsanteile usw. der einzelnen Diensteanbieter sowie die technologische Entwicklung von Barrierefreiheitsdiensten berücksichtigt.

§ 2a-5 Voraussetzung für einen Aktionsplan für die Zugänglichkeit audiovisueller Programme.

Anbieter von Fernseh- und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf müssen einen Aktionsplan entwickeln, in dem beschrieben wird, wie sie die Zugänglichkeit der audiovisuellen Programme für Menschen mit Behinderungen in ihren Diensten verbessern werden. Die Aktionspläne gelten für drei Jahre.

Die Diensteanbieter müssen dafür sorgen, dass die Aktionspläne veröffentlicht und auf einer öffentlich zugänglichen Website zugänglich gemacht werden. Die Aktionspläne werden der norwegischen Medienbehörde übermittelt.

Das neue Kapitel 2b erhält folgende Fassung:

2b – Kofinanzierungspflicht

§ 2b-1 Befreiung von der Kofinanzierungspflicht auf der Grundlage von geringem Umsatz und geringem Publikum

Folgende Anbieter audiovisueller Abrufdienste sind gemäß § 2-21 Rundfunkgesetz von der Kofinanzierungspflicht befreit:

1. Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf mit einem Anteil von weniger als 1 % am norwegischen Markt, gemessen an der Betrachtungszeit, oder
2. Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf mit einem Jahresumsatz von 20 Mio. NOK oder weniger.

§ 2b-2 Beiträge zum norwegischen Filmfonds

Die Dienstleistungserbringer sind verpflichtet, Beiträge an den norwegischen Filmfonds (Filmfondet) auf der Grundlage des Umsatzes ihrer audiovisuellen Mediendienste auf Abruf in Norwegen gemäß der folgenden Höhe der Direktinvestitionen in norwegische audiovisuelle Werke zu leisten:

- a. 5 % für jährliche Direktinvestitionen von weniger als 25 Mio. NOK,
- b. 4 % für jährliche Direktinvestitionen zwischen 25 Mio. NOK und 40 Millionen NOK,
- c. 3 % für jährliche Direktinvestitionen zwischen 40 Millionen NOK und 55 Millionen NOK,
- d. 2 % für jährliche Direktinvestitionen zwischen 55 Mio. NOK und 70 Millionen NOK,
- e. 1 % für jährliche Direktinvestitionen zwischen 70 Mio. NOK und 85 Millionen NOK,
- f. 0 % für jährliche Direktinvestitionen über 100 Millionen NOK.

Die Verpflichtung zur Zahlung von Beiträgen an den norwegischen Filmfonds gemäß 1 wird im Jahr berechnet und gezahlt, nachdem der mit der Leistung erzielte Umsatz in der Buchführung verbucht wurde.

Direktinvestitionen in norwegische audiovisuelle Werke werden in dem Jahr gutgeschrieben, in dem die Ausgaben verbucht wurden. Direktinvestitionen können eine Vereinbarung mit dem Hersteller umfassen, die ein Nutzungs- oder Lizenzrecht für den Verkauf, die Verbreitung und die Ausstrahlung des audiovisuellen Werkes voraussetzt, sofern die Vereinbarung zeitlich begrenzt und geografisch begrenzt ist.

§ 2b-3 Berichterstattung usw.

Anbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf müssen jährlich und spätestens Ende Mai jeden Jahres der norwegischen Medienbehörde die Informationen offenlegen, die für die Berechnung des Beitrags zum norwegischen Filmfonds gemäß § 2b-2 erforderlich sind.

Die norwegische Medienbehörde übermittelt der EFTA-Überwachungsbehörde bis zum xx.xx.xxxx jährlich und dann jedes zweite Jahr einen Bericht über die Anwendung von § 2-21 des Rundfunkgesetzes und die Bestimmungen dieses Kapitels.

§ 3-10 Absatz 4 erhält folgende Fassung:

Die Identifizierung eines einzelnen Sponsors eines *Programms* kann maximal 15 Sekunden für jede volle Stunde des Programms dauern, *einschließlich Pausen oder Unterbrechungen*. Wenn ein Programm vier oder mehr Sponsoren hat, darf die Gesamtidentifizierung des Sponsors 60 Sekunden pro Stunde, *einschließlich Pausen oder Unterbrechungen nicht überschreiten*. Auch der Sponsor eines Dienstes muss identifiziert werden. Diese Sponsorenidentifizierung darf insgesamt 15 Sekunden pro Stunde nicht überschreiten.

Das neue Kapitel 5a erhält folgende Fassung:

Kapitel 5a – Video-Sharing-Plattformdienste

§ 5a-2 Registrierungspflicht für Anbieter von Videoplattformen

Die norwegische Medienbehörde führt ein Verzeichnis der Anbieter von Video-Sharing-Plattformen, die gemäß § 5a-2 des Rundfunkgesetzes registriert werden müssen.

Anbieter von Video-Sharing-Plattformen sind verpflichtet, unter Verwendung des vorgeschriebenen Formulars bei der norwegischen Medienbehörde registriert zu werden. Das Registrierungsformular enthält die erforderlichen Angaben, damit die norwegische Medienbehörde ihre Aufgaben gemäß Gesetz und Vorschriften wahrnimmt.

Alle Änderungen der bei der Registrierung bereitgestellten Informationen, einschließlich Änderungen, welche die Beurteilung der Frage beeinflussen können, ob ein Anbieter der Videoplattform unter norwegischer Gerichtsbarkeit gemäß § 5a-1 steht, müssen unverzüglich der norwegischen Medienbehörde gemeldet werden.

§ 5a-7 Werbung und Sponsoring in Video-Sharing-Plattformdiensten

Die folgenden Regeln gelten entsprechend für Werbung und Sponsoring, die von Anbietern von Videoplattformen vermarktet, verkauft oder arrangiert werden und die in audiovisuellen Programmen und nutzergenerierten Videos enthalten sind oder diese begleiten:

- a) § 3-4 über den Inhalt von Werbeanzeigen.
- b) § 3-6 über Werbung und ihr Verhältnis zu Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren.
- c) § 3-10 über die Bestimmung des Sponsorings von Sendungen im Rundfunk und in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf und § 3-11 Absatz 1 über das Verbot des Sponsorings von Programmen für Kinder und Jugendliche.