

Barrierefreiheit im privaten Fernsehen. Die Ergebnisse des siebten Monitorings

von Cornelia Holsten und Eva Spittka

Wenig kann auf unsere Gesellschaft so stark einwirken wie die Medien – deswegen sind barrierefreie Medienangebote im digitalen Zeitalter ein entscheidender Baustein für gleichberechtigte gesellschaftliche Teilhabe. Medien bieten nicht nur Informationen, sondern jedem und jeder Einzelnen auch die Möglichkeit zum Mitreden. Aus diesem Grund sind die Monitorings der Medienanstalten ein wichtiges Instrument, um das Thema Barrierefreiheit auf der öffentlichen Agenda zu platzieren und um nachhaltig zu kontrollieren, ob sich die steuernde Wirkung fortsetzt. Bereits zum siebten Mal haben wir Status quo und Entwicklungsmöglichkeiten der barrierefrei gestalteten privaten TV-Angebote erhoben.

Die Ergebnisse sind erfreulich; beide großen privaten Sendergruppen haben auch im vergangenen Jahr 2019 das barrierefreie Angebot weiter ausgebaut. Gleichwohl gibt es nach wie vor großen Handlungsbedarf. Die Bedeutung des Themas zeigt sich auch im Entwurf für den neuen Medienstaatsvertrag, in dem eine Berichtspflicht alle drei Jahre sowohl der öffentlich-rechtlichen als auch der privaten Sender festgeschrieben wurde. Die Transparenz des Engagements der Fernsehveranstalter in Sachen Barrierefreiheit wird – wie auch bei den regelmäßigen Monitorings – verdienstvollerweise endlich in den Vordergrund gerückt.

Was und wie wird gemessen?

Seit 2013 werden von den Medienanstalten jährliche Monitorings zur Barrierefreiheit im privaten Fernsehen durchgeführt. In einem Zeitraum von drei Monaten erfassen die beiden großen privaten Senderfamilien – Mediengruppe RTL und ProSiebenSat.1 Media SE – anhand eines Fragebogens minutengenau, an welchen Tagen welche Programmanteile Untertitelt wurden. Dabei wird zwischen einfachen und speziell für hörbeeinträchtigte Nutzerinnen und Nutzer erstellten Untertiteln differenziert.¹ Seit 2016 werden zudem kleinere Privatsender ab einem Marktanteil von einem Prozent in die Erhebung einbezogen. Mit Blick auf die Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen handelt es sich dabei im Jahr 2019 um die Sender Disney Channel, DMAX, WELT und Comedy Central.² Auch geplante technische Neuerungen, die zur Verbesserung barrierefreier Dienste beitragen können, werden abgefragt. So ist es möglich, auch über zukünftiges Innovationspotenzial zu berichten. Die Ergebnisse des

¹ Die speziell für Zuschauerinnen und Zuschauer entwickelten Untertitel werden im Folgenden auch in den Kurzformen sUT sowie HoH (Hard of Hearing) benannt.

² Comedy Central wurde aufgrund eines Kommunikationsversehens nicht rechtzeitig informiert, hat aber eine Zusage für das Monitoring 2020 gegeben.

siebten Monitorings beziehen sich auf den Erhebungszeitraum 15. September bis 15. Dezember 2019.

Ergebnisse der Mediengruppe RTL

Über 20 Stunden und 20 verschiedene Sendungen wurden pro Tag bei der Mediengruppe RTL durchschnittlich mit speziellen Untertiteln für Hörgeschädigte ausgestrahlt. Damit wurde die Untertitelungsquote weiter erhöht und lag im Erhebungszeitraum bei durchschnittlich 17 Prozent.³ Das diesjährige Monitoring belegt somit die Fortsetzung des positiven Trends der letzten Jahre. Die Zahlen der Vorjahreserhebungen machen eine Einordnung der Entwicklung möglich: Im Jahr 2018 lag der Wert bei 13, im vorvergangenen Monitoring 2017 bei lediglich 9 Prozent. Mit einfachen Untertiteln lagen 2019 zusätzlich 5 Prozent der Programmflächen vor, eine Steigerung um 2 Prozentpunkte. RTL II zeigte sich im Monitoring 2019 innovativ und hat erstmals Audiodeskription angeboten. Für weitere Sender und Sendungen gibt es entsprechende Überlegungen für das Jahr 2020, die Planungen sind allerdings noch nicht abgeschlossen.

Ziel der Mediengruppe RTL ist es, in Sachen Barrierefreiheit ein ergänzendes Angebot zur Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Sender und der ProSiebenSat.1Media SE zu bieten. Nachrichten werden beispielsweise bewusst nicht untertitelt, da hier bereits bei ARD und ZDF eine große Auswahl geboten wird. Lediglich das Laufband bei n-tv lässt sich in diesem Zusammenhang nennen. Der Schwerpunkt der barrierefrei zugänglichen Inhalte liegt auf den reichweitenstärksten Formaten, die per se untertitelt werden – und damit auf den Interessen der Zuschauerinnen und Zuschauer.

Die Einbindung von Menschen mit Behinderungen in den Produktionsprozess ist ein wesentlicher Aspekt gleichberechtigter medialer Teilhabe. Deswegen wird seit dem zweiten Monitoring erfasst, ob und in welchem Umfang Menschen mit Behinderungen am Produktionsprozess beteiligt sind. Die meisten Untertitel werden als Auftragsproduktion zugekauft, über die Erstellungsprozesse können allerdings keine Aussagen gemacht werden. Seitens der Mediengruppe wird, wie bereits im Vorjahr, angegeben, Befragungen durchzuführen und im Austausch mit Betroffenenverbänden zu stehen. Zudem sind bei RTL II blinde und gehörlose Menschen in den Produktionsprozess eingebunden.

Der Ausblick auf die Zukunft der barrierefreien Angebote bei der Mediengruppe RTL verspricht einen weiteren Ausbau, der Anteil der Untertitel für Hörgeschädigte soll sukzessive erhöht werden. Zudem wird angegeben, sowohl Audiodeskriptionen als auch Untertitel für Video-on-Demand-Angebote zu planen. Gebärdenübersetzungen sind dagegen nach wie vor nicht vorhanden.

Zu den Werten der verschiedenen Programme im Einzelnen: Der Untertitel-Anteil lag bei RTL bei durchschnittlich 17 Prozent, das ist ein Anstieg um 6 Prozentpunkte. Täglich wurden 5 bis 6 Sendungen (rund 2 Sendungen in der Primetime⁴) mit Untertiteln gezeigt. In der Primetime wurden im Erhebungszeitraum insgesamt 184 Sendungen mit HoH-UT ausgestrahlt. Der Wert lag im Vorjahr bei 179, 2017 bei 136 Sendungen – ein sukzessiver Ausbau. Zudem

³ Bezogen auf untertitelte Programmflächen im dreimonatigen Erhebungszeitraum.

⁴ Als Primetime ist die reichweitenstarke Zeit zwischen 18 und 23 Uhr definiert.

wurde das Angebot in der Primetime mit 19 Sendungen mit einfachen Untertiteln fast verdoppelt (2018: 10 Sendungen). Grundsätzlich sind bei den barrierefreien Angeboten von RTL zwei Schwerpunkte auszumachen: Shows und Serien. Dazu gehören unter anderem Daily Soaps, „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ oder „Alles was zählt“, aber auch wöchentliche Serienformate („Alarm für Cobra 11“). Bei den Shows sind vor allem „Let´s Dance“, „Supertalent“, „Ich bin ein Star, holt mich hier raus!“ oder „Ninja Warrior Germany“ zu nennen. Zudem werden sowohl die Freundschaftsspiele als auch die Qualifikationsspiele zur Europameisterschaft der Fußballnationalmannschaft der Herren untertitelt.

Innerhalb der Mediengruppe RTL lag VOX im Berichtszeitraum mit 32 Prozent der Gesamtsendezeit, die mit speziellen Untertiteln für Hörgeschädigte versehen wurden, vorn. Der Wert lag im Vorjahr bei 23 Prozent – eine äußerst positive Entwicklung, denn noch im Jahr 2015 wurden keinerlei Untertitel für Hörgeschädigte eingesetzt. Täglich wurden entsprechende Untertitelungen angeboten, auf die Primetime entfielen 129 Sendungen mit HoH-UT und weitere 35 Sendungen mit sUT. 2019 wurde beispielsweise die neue Serie „Rampensau“ oder verschiedene Showformate („Grill den Henssler“, „Die Höhle der Löwen“ oder „Kitchen Impossible“) untertitelt.

Der Vorjahreswert bei Super RTL wurde mehr als verdreifacht – allerdings auf wesentlich geringerem Niveau von 2 Prozent auf 7 Prozent. In der Primetime liefen insgesamt 113 Sendungen mit HoH-UT. Auch RTL Nitro hat einen Anstieg zu verzeichnen, und zwar von 6 Prozent im Jahr 2018 auf nunmehr 8 Prozent im Jahr 2019. Dazu zählen vor allem die Spiele der UEFA Euro League und das True-Crime-Format „Medical Detectives“.

Die durchschnittliche Sendezeit, in der spezielle Untertitel für Hörgeschädigte ausgestrahlt werden, wurde bei RTL II nur leicht gesteigert. Im Jahr 2019 lag der Wert bei 21 Prozent (Vorjahr: 19 Prozent). Allerdings wurde hier mit „F4LKENB3RG“ erstmals ein komplett barrierefreies Format gezeigt. Zudem wurden verschiedene Doku-Soaps („Babys – Kleines Wunder, großes Glück“ oder „Teenie-Mütter – Wenn Kinder Kinder kriegen“) untertitelt. Nach Angaben von RTL II arbeiten Gehörlose bei der Erstellung der Gehörlosenuntertitel ebenso mit wie blinde Menschen bei der Erstellung der Audiodeskriptionen. Für das Jahr 2020 seien 3 bis 5 Serien mit Audiodeskription geplant und auch einige technische Innovationen würden derzeit getestet.

Ergebnisse von ProSiebenSat.1

Die ProSiebenSat.1 Media SE baut den Anteil barrierefreier Angebote ebenfalls weiter aus. Im Berichtszeitraum von Mitte September bis Mitte Dezember 2019 wurden durchschnittlich rund 22 Prozent⁵ der Sendungen mit speziellen Untertiteln für Hörgeschädigte ausgestrahlt, ein Anstieg um 4 Prozentpunkte. Im Jahr 2017 lag der Wert noch bei 13 Prozent.

Hinsichtlich der Arbeitsroutinen gibt ProSiebenSat.1 an, grundsätzlich nach den gleichen Standards zu arbeiten wie auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland sowie ORF und SRF. Aus redaktionellen Gründen werden einzelne Anpassungen vorgenommen. Hier ähneln sich die Routinen der beiden großen Sendergruppen. Konkrete

⁵ Der Wert ist auf untertitelte Programmflächen im dreimonatigen Erhebungszeitraum bezogen. Die Anzahl untertitelter Sendungen innerhalb der Sendergruppe stieg dabei um 11 Prozent (September bis Dezember 2018: 3105, September bis Dezember 2019: 3458 Sendungen mit UT), die Sendezeit um 14 Prozent.

Angaben, ob Menschen mit Behinderungen in den Erstellungsprozess eingebunden werden, werden zwar nicht gemacht, aber es wird auf den Betriebsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hingewiesen, in dem als Ansprechpartner für die verschiedenen Belange behinderter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Schwerbehindertenvertretung organisiert ist.

In allen Programmen der ProSiebenSat.1 Media SE waren weder Audiodeskriptionen (via Tonkanal) noch Gebärdensübersetzungen vorhanden. Gebärdensübersetzungen sind auch künftig nicht geplant; beim Einsatz von Audiodeskription wird, wie bislang auch, auf die Herausforderungen der technischen Implementierung und die Kosten hingewiesen. Daran kann sich jedoch mit Blick auf die Zukunft etwas ändern: Derzeit plant ProSiebenSat.1 im Zuge des Campus-Neubaus auch den Neubau des Playout-Centers, der voraussichtlich im Jahr 2022 erfolgt. In der Systemarchitektur des neuen Playout-Centers wird die Möglichkeit zur Auspielung zusätzlicher Tonkanäle, z. B. für Audiodeskription, angelegt. Zudem gibt ProSiebenSat.1 an, regelmäßig Themen aus der Lebenswelt von Menschen mit Behinderung in non-fiktionalen und fiktionalen Formaten aufzugreifen. Diese Themen werden insbesondere in den Magazinen „taff“ und „Galileo“ auf ProSieben, im „Frühstücksfernsehen“ auf Sat.1 und der monatlichen Reportage „Challenge“ auf Sat.1 GOLD und kabel eins behandelt.

Bei der Reportagereihe „Challenge“ werden Audiodeskriptionen schon seit Längerem via App bereitgestellt. Für dieses Format wird sich ProSiebenSat.1 2020 an einem Pilotprojekt des Instituts für Rundfunktechnik (IRT) gemeinsam mit dem Produzenten des Formats, abm (Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e. V.), beteiligen. Das Produktionsunternehmen wird von verschiedenen Behindertenverbänden getragen und bindet Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen in den Produktionsprozess ein. Hierbei werden inklusive redaktionelle Zusatzangebote (Untertitel, Audiodeskription, Gebärdensprachdolmetscher und leichte Sprache) den Zuschauerinnen und Zuschauern bei der Liveausstrahlung zusätzlich und auf Wunsch per HbbTV angeboten. Die Integration der Mediathek der Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e. V. (abm) in die HbbTV-Angebote von kabel eins und Sat.1 GOLD erfolgt voraussichtlich im zweiten Quartal 2020. Somit kann das Format als erste voll inklusive Sendereihe angeboten werden.

Bei ProSieben ist im Erhebungszeitraum ein Anstieg des untertitelten Angebots um 4 Prozentpunkte auf 41 Prozent zu verzeichnen. Täglich wurden durchschnittlich 20 Sendungen mit Untertiteln ausgestrahlt, auf die reichweitenstarke Primetime entfielen im Schnitt 4 Sendungen. Es wurden sowohl US-Serien als auch Spielfilme, aber auch Showformate (z. B. „Queen of Drags“) untertitelt. Als erster Privatsender hat ProSieben Live-Audiodeskription angeboten – beim Finale von „Germany’s Next Topmodel“ sowie der gesamten ersten Staffel von „The Masked Singer“. Die Umsetzung der Audiodeskription erfolgte unabhängig vom Fernsehsignal über eine eigene App, die durch Audio 2 zur Verfügung gestellt wurde. Über diese App war die Tonspur der Sendungen, inklusive der Kommentierung, frei zu empfangen. Auch im Bereich der Fernsehpublizistik wurde das Angebot an untertitelten Sendungen ausgebaut („Green Seven Report“ und „Galileo, Green Heroes“ in der Green-Seven-Week im Oktober 2019).

Durchschnittlich wurden auf Sat.1 4 Sendungen pro Tag untertitelt ausgestrahlt, mindestens ein Format in der Primetime, unter anderem die Shows „Dancing on Ice“ oder „The Voice of

Germany“ sowie regelmäßig auch Spielfilme, die montags und samstags im Programm sind. Die durchschnittliche Quote an Untertitelungen liegt im Zeitraum 15. September bis 15. Dezember 2019 bei etwas mehr als 15 Prozent – im Vergleich zu den beiden Vorjahresehebungen ein konstanter Wert. Insgesamt 95 Sendungen wurden im Erhebungszeitraum in der Primetime mit HoH-UT ausgestrahlt, einfache Untertitel waren nicht vorhanden und sind auch in Zukunft nicht geplant. Die ProSiebenSat.1 Media SE gibt – wie im Vorjahr – an, das Budget der Sendergruppe vornehmlich für den Ausbau barrierefreier Angebote auf anderen Sendern der Gruppe verwendet zu haben. Auch 2020 soll der Fokus auf der Untertitelung eigenproduzierter Formate liegen.

Das untertitelte Angebot wurde bei ProSieben Maxx von durchschnittlich 7 auf 10 Prozent weiter ausgebaut. Im Erhebungszeitraum wurden durchschnittlich 4 Sendungen pro Tag untertitelt ausgestrahlt, davon 2 Sendungen in der Primetime. Regelmäßige untertitelte Sendetermine sind Montag („Akte X“) sowie am Mittwoch in der Primetime („Two and a half men“).

Auf sixx wurde insbesondere das mit Untertiteln versehene Angebot in der Primetime ausgebaut. Die durchschnittliche Untertitel-Quote lag im Berichtszeitraum bei knapp über 17 Prozent, ein Anstieg von 6 Prozentpunkten. Das sind durchschnittlich 5 Sendungen am Tag; regelmäßig untertitelte Sendetermine sind Serien in der Primetime („Castle“, „Gilmore Girls“) sowie Spielfilme am Sonntagabend.

Auch kabel eins hat das Untertitel-Angebot deutlich ausgebaut: von 19 Prozent im Vorjahr auf nun knapp über 28 Prozent im Erhebungszeitraum. Durchschnittlich werden 7 Sendungen täglich mit Untertiteln ausgestrahlt. Regelmäßige untertitelte Sendetermine haben sowohl Serien wie „Elementary“ oder „The Mentalist“ als auch Spielfilme in der Primetime.

Wie auch bei den vorangegangenen Erhebungen bietet das Spartenprogramm Sat.1 GOLD nach wie vor keine barrierefreien Formate. Konkrete Planungen für die Ausstrahlung von Gehörlosen-Untertiteln gibt es bisher nicht. Nach Angaben der Sendergruppe liegt der Schwerpunkt auf den reichweitenstarken Vollprogrammen. Bei der Entscheidung über die Untertitelung von Spartenprogrammen sollen möglichst Synergien genutzt und Untertitel auf den Sendern bereitgestellt werden, die Re-Runs bereits untertitelt vorliegender Formate ausstrahlen. Auch auf kabel eins Doku gibt es kein untertiteltes Angebot.

Ergebnisse der kleineren Sender

Seit 2016 werden auch kleinere Sender mit einem Marktanteil ab 1 Prozent in das Monitoring einbezogen. Dabei handelt es sich im Berichtszeitraum um Welt, n-tv und Disney Channel.

Bei der WeltN24 GmbH werden nach wie vor keine barrierefreien Zusatzangebote präsentiert. Es wird darauf hingewiesen, dass WELT und N24 Doku durchgängig ein redaktionell erstelltes Laufband mit aktuellen Informationen einblenden und ein redaktionell erstelltes Teletextangebot anbieten. Die programmbegleitende Website www.welt.de enthalte Artikel und Zusammenfassungen insbesondere aktueller Ereignisse (Nachrichten und Information). Die WeltN24 GmbH gibt zudem an, sieben schwerbehinderte bzw.

gleichgestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Herstellung/Redaktion zu beschäftigen. Disney Channel schließlich bietet weiterhin keine Untertitelten Angebote an, prüft aber aktuell die zukünftige Bereitstellung. Auch bei DMAX sind nach wie vor keine barrierefreien Formate vorhanden.

Positiver Trend, weiterer Handlungsbedarf

Im Entwurf für den Medienstaatsvertrag wird mediale Barrierefreiheit klar als Kriterium für den Public Value, also den gesellschaftlichen Mehrwert eines Angebots, genannt. Im Ergebnis soll eine bessere – privilegierte – Auffindbarkeit dieser Angebote gewährleistet werden. Die besondere Relevanz barrierefreier TV-Angebote wird hier mehr als deutlich.

Medieninhalte – für Menschen mit Behinderungen zählt hier in besonderem Maße das Fernsehen – müssen barrierefrei gestaltet werden. Teilhabe muss sich auch auf den eigenen Informations- und Unterhaltungsbedarf beziehen. Eine öffentliche Meinung kann sich nur dort herausbilden, wo alle Interessengruppen a) Zugang zu unterschiedlichen Medienangeboten und -formaten haben, b) in der öffentlichen Debatte vor- und zu Wort kommen und sich c) ausreichend repräsentiert fühlen.

Beide große Sendergruppen haben den Anteil an barrierefreiem TV-Programm weiter ausgebaut. Die Medienanstalten begrüßen diese Entwicklung ausdrücklich und werden sie auch künftig weiter vorantreiben: mit regelmäßigen Monitorings ebenso wie mit Austauschgesprächen und Diskussionen aller beteiligten Akteure. Die Medienanstalten haben aus Überzeugung die Aufgabe übernommen, nachzufragen, zu problematisieren und Aufmerksamkeit zu erzeugen. Teilhabe darf nicht an Mediennutzung scheitern. Medien stellen Öffentlichkeit her, diese Öffentlichkeit muss gleichermaßen für alle Bevölkerungsgruppen zugänglich sein. Und es gibt weiterhin viel zu tun, auch im Zuge der zunehmenden Digitalisierung. Oder posten Sie schon barrierefrei?