

Barrierefreiheit im privaten Fernsehen. Die Ergebnisse des 10. Monitorings

Cornelia Holsten und Dr. Dörte Hein

Seit mittlerweile 10 Jahren setzen sich die Medienanstalten für eine gleichberechtigte mediale Teilhabe von Menschen mit Behinderungen ein. Ein wichtiges Steuerungsinstrument in unserem Engagement sind die regelmäßig durchgeführten Monitorings zur Barrierefreiheit im Privatfernsehen und in ausgewählten Streamingdiensten (seit 2021).

Die dadurch ermittelten Daten geben Aufschluss über den Status quo und die Perspektiven barrierefreier Bewegtbildangebote – linear und on demand. Und die Erkenntnisse helfen uns dabei, für diesen essenziellen Aspekt der Gleichberechtigung zu sensibilisieren und aktiv daran zu arbeiten, mediale Barrieren mehr und mehr abzuschaffen.

Auch der Gesetzgeber hat die wachsende Bedeutung von barrierefreien Medienangeboten erkannt und das Thema weiter gestärkt. Nach dem Medienstaatsvertrag müssen nunmehr *alle* bundesweit zugelassenen privaten Fernsehsender alle drei Jahre über den Stand der Barrierefreiheit in ihren Programmen berichten und so genannte Aktionspläne für die Zukunft aufstellen.¹ Mit dieser neuen gesetzlichen Verpflichtung gehen unsere Monitorings über in die Abfrage zur Erfüllung der Berichtspflichten nach dem Medienstaatsvertrag. In Umsetzung des European Accessibility Act werden zudem erstmals auch Zugangsdiensteanbieter für Barrierefreiheit verantwortlich. Auch sie sind den Landesmedienanstalten künftig auf Nachfrage zur Auskunft über ihr Engagement in Sachen Barrierefreiheit verpflichtet.

Anpassung der Erhebungsmethodik

Bereits im diesjährigen Monitoring wurde der Adressatenkreis unserer Abfrage ausgeweitet. Zudem bekamen erneut auch ausgewählte Streamingdienste die Möglichkeit, sich am Monitoring zu beteiligen. In diesem Jahr waren das: Netflix, Amazon Prime, Wow, Joyn, Disney+ und RTL+. Auch der Zeitraum der Erhebung hat sich geändert. Er wurde von bislang 3 Monaten auf 12 Monate umgestellt und bezieht sich damit auf das gesamte Jahr 2022. Damit haben die Sender die Möglichkeit, umfassender zu antworten und beispielsweise auch Programm-Highlights einzubeziehen, die bisher außerhalb des Berichtszeitraums lagen.

Schließlich wurde auch der Fragebogen selbst erheblich überarbeitet: Neben den Kategorien Untertitelung, Audiodeskription, Gebärdensprache und Leichte Sprache können Anbieter nun auch angeben, welche Komponenten ihre Onlineangebote/Apps/Mediatheken barrierefrei machen.

An der Abfrage zur Erfüllung der Berichtspflichten bezüglich der Barrierefreiheit haben sich insgesamt **113 private Sender** und damit mehr als **47 Prozent** der Programme mit bundesweiter Zulassung beteiligt, die derzeit auf Sendung sind (Stand: 01.03.2023). Seitens der sechs angeschriebenen Streaming-Portale liegen Antworten vor von Netflix, Wow sowie RTL+.

¹ Die Berichtspflichten gelten auch für fernsehähnliche Telemedien. Ausgenommen sind gemäß § 1 Abs. 6 MStV nur Teleshoppingkanäle.

Die Ergebnisse der aktuellen Abfrage werden im Folgenden skizziert, beginnend mit den Entwicklungen bei den beiden reichweitenstärksten privaten Sendergruppen RTL Deutschland GmbH und ProSiebenSat.1 Media SE.²

Ergebnisse von RTL Deutschland

Die RTL Deutschland GmbH hat im Jahr 2022 das Angebot an Untertitelung im linearen und non-linearen Bereich ausgebaut. Die durchschnittliche **Untertitelungsquote** liegt bezogen auf die Free-TV-Sender RTL, VOX, Nitro, Super RTL und RTL Zwei bei rund **23 Prozent** und damit 2 Prozentpunkte über dem Wert des Vorjahres.

Weiterhin werden ausschließlich fiktionale Formate untertitelt, wobei die RTL Deutschland auf das durchgängige schriftliche Laufband (außer während der Werbeblöcke) beim Nachrichtensender **n-tv** verweist. Seit Frühjahr 2022 hat ein Teil der Autorenstücke auf n-tv eine Vorlesefunktion.

Zum nun dritten Mal liegen Daten zu **RTL+**, dem Video-on-Demand-Angebot von RTL Deutschland, vor. Bei RTL+ sind 5 Prozent aller Sendungen untertitelt und jederzeit aus dem Archiv abrufbar. Umgerechnet auf Programmstunden können mittlerweile über 2.800 untertitelte Stunden abgerufen werden; das sind 800 mehr als bei der letzten Abfrage.

Audiodeskription (AD) wird wichtiger und wurde ausgebaut. Im Jahr 2022 haben RTL, VOX und RTL Zwei einzelne Serien, Spielfilme bzw. Reality-Shows mit AD für Menschen mit Einschränkungen der Sehfähigkeit angeboten. Gebärdensprache und Leichte Sprache wird bei keinem der Sender der RTL Deutschland GmbH eingesetzt.

Ein Blick auf die einzelnen Sender

Bei **RTL** wurden 22 Prozent der Sendezeit (1 Prozent mehr als bei der letzten Erhebung) untertitelt. Als untertitelte Highlights wurden u. a. alle lizenzierten *Fußball-Übertragungen der UEFA*, Showformate wie beispielsweise *Ich bin ein Star, holt mich hier raus* oder Daily-Drama-Serien wie *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* angegeben. AD wird bei RTL Television für ausgewählte Highlights in Zusammenarbeit mit Greta & Starks angeboten. Die AD ist über die Greta-App parallel zur Liveausstrahlung abrufbar. Programm-Highlights mit AD sind die Serien *Sisi* und *Das Haus der Träume*.

Mit 40 Prozent untertitelter Sendezeit ist **VOX** erneut Spitzenreiter innerhalb von RTL Deutschland. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Anstieg um 3 Prozentpunkte. Als untertitelte Programm-Highlights werden insbesondere Shows angegeben, beispielsweise *Fuchs und Strohe liefern ab!* oder *Die Höhle der Löwen*. Die für 2022 angekündigte Einführung von Audiodeskription (AD) bei VOX ist in Zusammenarbeit mit Greta & Starks erfolgt. Highlights mit AD sind die Dramey-Serie *Tonis Welt* sowie der deutsche Spielfilm *Weil wir Champions sind*.

Mit im Schnitt 11 Prozent hat **Nitro** das untertitelte Angebot im Vorjahresvergleich leicht gesteigert. Auch hier liegt der Fokus auf Fiction – beispielsweise werden Formate wie *Law & Order*, *Medical Detectives* oder *Alarm für Cobra 11* als untertitelte Programm-Highlights angegeben. Audiodeskription ist bei Nitro nicht vorhanden.

Super RTL bzw. **TOGGO plus** – bei letzterem werden die Inhalte von Super RTL um eine Stunde zeitversetzt gesendet – verzeichnen einen gleichbleibenden Anteil von 8 Prozent an untertitelten

² Die Werte aus der Vorjahreserhebung werden zur Einordnung bzw. als Referenzpunkte herangezogen, wengleich die Vergleichbarkeit aufgrund des geänderten Erhebungszeitraums eingeschränkt ist.

Minuten am Gesamtprogramm. Als untertitelte Programm-Highlights werden die US-amerikanischen Krimiserien *CSI: Miami* oder *Bones – Die Knochenjägerin* genannt. Zugleich wird darauf verwiesen, dass die Bereitstellung von untertitelten Programmflächen aufgrund der speziellen Zielgruppe von Kindern unter 13 Jahren eine besondere Herausforderung sei.

Bei **RTL Zwei** liegt der Anteil des barrierefreien Angebots bei rund 33 Prozent und damit knapp über dem Vorjahreswert. Untertitelte Highlights sind beispielsweise die Doku-Soap *Die Geissens – eine schrecklich glamouröse Familie* oder die Sozial-Doku *Armes Deutschland*. Mit dem Ausbau im Bereich Audiodeskription wurde begonnen (beispielsweise *Mamma Mia* oder *Daniela Katzenberger – Familienglück auf Mallorca*).

Auch die vier Pay-TV-Sender der RTL Deutschland GmbH, **RTL Crime**, **RTL Living**, **RTL Passion** und **Geo Television**, haben sich an der Abfrage beteiligt. Die beiden letztgenannten strahlen untertiteltes Programm aus, das im linearen Bereich bei Geo Television bei 9 Prozent und bei RTL Passion bei 2 Prozent liegt. Bei den Spartenkanälen RTL Crime sowie RTL Living bestehe aus technischen Gründen der Sendeabwicklung keine separate Untertitelungsmöglichkeit.

Ergebnisse von ProSiebenSat.1

Fünf Free-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Media SE arbeiten mit Untertiteln im Programm: **Sat.1**, **ProSieben**, **kabel eins**, **sixx** und **ProSieben Maxx**.

Bezogen auf das Jahr 2022 lag die durchschnittliche Untertitelungsquote weiterhin bei rund **33 Prozent**. Dies entspricht dem Wert, der beim Monitoring im Jahr zuvor ermittelt wurde. ProSieben hatte im Jahr 2000 als erster Privatsender mit der Untertitelung gestartet und ist seitdem der Sender mit dem höchsten Anteil an barrierefreiem Programm.

Die Anzahl der Formate, die mit **Audiodeskription** angeboten werden, wurde im Jahr 2022 erweitert und bezieht sich auf die Sender ProSieben und Sat.1. Daneben wurde bei einigen Shows auf den beiden Sendern auch Gebärdensprache bereitgestellt.

Erstmals wurde im Dezember 2022 auf ProSieben zur Primetime **barrierefreie Werbung** geschaltet. Anstelle der gängigen Spots sahen die Zuschauer:innen adaptierte Werbeclips von der Aktion Mensch e.V., der AOK, der Sparkasse und der Volkswagen AG, die im Vorfeld mittels Filter bearbeitet wurden. Dieser Werbe-Break bildete nach Aussagen der Sendergruppe den Auftakt dafür, dass Werbetreibende standardmäßig barrierefreie Werbung mit den Optionen Gebärdensprache, Untertitel oder Audiodeskription buchen können. Zudem hatten im Jahr 2021 Konzernleitung und Betriebsrat eine Inklusionsvereinbarung mit der Schwerbehindertenvertretung geschlossen. Zum 1. Mai 2022 wurde eine **Inklusionsbeauftragte** ernannt.

Die Ergebnisse der einzelnen Sender im Detail

Bei **ProSieben** liegt der Durchschnittswert für untertitelte Angebote bei rund **48 Prozent**, ein Anstieg zum Vorjahreswert um etwa 2 Prozent. Damit ist ProSieben auch weiterhin der Privatsender mit dem größten Angebot an untertiteltem Programm. Im Jahr 2022 wurde insbesondere die Untertitelung von Informations- und Sportangeboten ausgebaut, so beispielsweise die Nachrichten-Sondersendungen *Ukraine SPEZIAL. Krieg in Europa* oder Reportagen der Reihe *ProSieben Thema*. Auch alle Übertragungen der Spiele der National Football League (NFL) waren untertitelt.

Bei zwei Reportagen (*Waffen für den Frieden? Deutschland rüstet auf* und *JENKE. Das Klimaexperiment: Sind wir noch zu retten?*) im Programm von ProSieben wurden parallel zu den Untertiteln für Gehörlose erstmals auch Untertitel in Einfacher Sprache über Teletext Seite 147 angeboten.

Zudem verfügen Teile des linear ausgestrahlten Programms über Audiodeskription, dazu gehörten 2022 insbesondere Shows wie *The Masked Singer*, *Germany's Next Topmodel by Heidi Klum* oder *Die WOK WM* und einzelne Spielfilm-Highlights.

Bei **Sat.1** liegt der Anteil der Untertitelung des linearen Angebots im Jahresdurchschnitt 2022 bei etwas mehr als **27 Prozent** und damit deutlich über dem Wert der Vorjahreserhebung (19 Prozent). Zudem wurde etwa bei Übertragungen der Spiele der Fußball-Bundesliga, der Doku-Soap *Hochzeit auf den ersten Blick* und Shows wie beispielsweise *Paar Love* auch Audiodeskription eingesetzt.

Bei **ProSieben Maxx** ist ein Anstieg um 3 Prozentpunkte auf knapp 13 Prozent zu verzeichnen. Untertitelte Programm-Highlights im linearen Programm sind beispielsweise Anime-Spielfilme und Trickserien wie *Family Guy*, US-Serien wie *Akte X* oder die Doku-Serie *In Teufels Küche mit Gordon Ramsay*.

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich bei **sixx** das untertitelte Angebot um 8 Prozent verringert und liegt bezogen auf das Jahr 2022 bei knapp **33 Prozent**. Besonders hervorgehoben wird dabei die Untertitelung von Service-Sendungen wie beispielsweise *Sweet & Easy – Enie backt* oder *Paula kommt – Sex und gute Nachtgeschichten* sowie US-Serien-Highlights.

Bei **kabel eins** liegt das untertitelte Angebot mit knapp 45 Prozent leicht unter dem der Vorjahresbefragung. Der Sender belegt damit den 2. Platz der Privatsender in Sachen Untertitelung. Als Highlights mit Untertitelung werden die Reportagereihe *Unsere Bundeswehr* und die Dokuserie *Die Reimanns* angegeben.

Bei **Sat.1 Gold** sowie dem Spartensender **kabel eins Doku** gibt es – ebenso wenig wie bei den sich erstmals beteiligenden Pay-TV-Sendern Sat.1 emotions, ProSieben Fun sowie kabel eins classics – keine barrierefreien Formate. Begründet wird dies damit, dass die Gruppe das Angebot barrierefreier Inhalte auf ihre reichweitenstarken Sender konzentrierte, um das verfügbare Budget möglichst effizient zu verwenden.

Barrierefreiheit im Blick – auch außerhalb der Sendergruppen RTL und ProSiebenSat.1

Zur Systematisierung der eingegangenen Fragebögen außerhalb der beiden großen Sendergruppen wurden Cluster hinsichtlich des inhaltlichen Zuschnitts bzw. der Ausrichtung gebildet und die Sender entsprechend zusammengefasst. Geordnet nach Häufigkeit sind das: Sport, Musik, Regionales, Gaming, Nachrichten, Familie/Kinder sowie Gesundheit.

Der Großteil der kleineren Sender kann in Sachen Barrierefreiheit (noch) kaum etwas berichten. Im Folgenden werden daher anhand der gebildeten Cluster nur ausgewählte Ansätze für mehr Barrierefreiheit skizziert.

In der Sparte **Sport** gibt etwa *FC Bayern TV Live* (linear, Website und App) bezogen auf das lineare Programm an, dass englischsprachige Inhalte im Umfang von ca. 5 Prozent untertitelt werden. Für den non-linearen Bereich bestehe der Anspruch, deutsch-, englisch- und spanischsprachige Video-Inhalte vollständig zu untertiteln, was mit Blick auf das Jahr 2022 zu 80 Prozent erfolgt sei. Auf der *Werkself-TV-Plattform* von Bayer 04 Leverkusen wird eine spezielle Blindenreportage am Spieltag angeboten. Im Laufe des Jahres 2023 ist der Relaunch der Bayer 04-Website mit der Initiative „KickIn“ (inklusion-fussball.de) geplant. Ziel sei ein nahezu komplett barrierefreier Webauftritt. Bei weiteren Angeboten im Sportbereich auf YouTube wird die dort bestehende Möglichkeit für Untertitelung und Audiodeskription genutzt.

Auch im Bereich **Musik** werden barrierefreie Formate dort angegeben, wo Video-Sharing-Plattformen wie YouTube genutzt werden; bei *MTV* kommt rund 6 Prozent lineares Programm mit

Untertitelung hinzu. Und es gibt auch kleinere Musiksender, bei denen eine gewisse Awareness für das Thema erkennbar ist, etwa durch den Austausch mit Inklusionsverbänden oder die Schulung von Autor:innen und Redakteur:innen in Leichter Sprache, um diese in die Moderation einfließen zu lassen (*Deutsches Musik Fernsehen, Lilo TV, Volksmusik TV*).

Bei den **regionalen Programmen** (mit bundesweiter Verbreitung) zeigt sich die beschriebene Korrelation mit der Verbreitung über Video-Sharing-Plattformen bzw. Soziale Netzwerke. So gibt etwa *Sat.1 Norddeutschland* an, dass 60 Prozent aller produzierten Videos (auf YouTube und Facebook) über Audiodeskription verfügen.

Mit Blick auf den **Nachrichtenbereich** gibt WeltN24 (*WELT* und *BILD*) an, ein technisches System für die Speech-to-Text-Transkription für das gesamte Angebot entwickelt zu haben. Dieses soll insbesondere für das Live-Nachrichtenangebot im TV nutzbar sein (zum Zeitpunkt der Abfrage in der finalen Testphase). Zudem wird angegeben, dass Pressekonferenzen mit Gebärdendolmetscher:innen so übertragen würden, dass diese auch sichtbar seien.

Schließlich sei für den Bereich **Gesundheit** erwähnt, dass der *Klinik Info Kanal* für 2023 die Einführung einer Untertitelfunktion für Teile des Programms plant. Bislang waren noch keine Untertitel zuschaltbar.

Erneut dabei: Streaminganbieter

Bei **Netflix** liegen für das gesamte Angebot **Untertitel** vor, wobei spezielle Untertitel für Hörgeschädigte (closed captions oder sUT) besonders bei Titeln mit hoher Abruftrate eingesetzt werden. 9 Prozent der Titel haben deutsche sUT, zusätzlich verfügen 54 Prozent über englische sUT. Bezogen auf die tatsächliche Nutzung liegen die Werte bei 33 Prozent für deutsche sUT und 87 Prozent für englische sUT. Hinzu kommen weitere sUT in anderen in Deutschland genutzten Sprachen, z. B. 14 Prozent der Titel mit türkischen sUT.

Zudem verfügen insgesamt 2.128 Titel über **Audiodeskription** in mindestens einer Sprache, davon 145 auf Deutsch. Das heißt, dass bei 63 Prozent der Abrufe eine Audiodeskription in mindestens einer Sprache angeboten wird. Bei 24 Prozent der Abrufe steht eine deutsche Audiodeskription zur Verfügung, bezogen auf englische Audiodeskription liegt dieser Wert bei 63 Prozent.

Neue Netflix Original-Produktionen werden grundsätzlich sowohl mit sUT als auch mit Audiodeskription mindestens in ihrer Originalsprache angeboten. In diesem Jahr soll das Angebot auch in weiteren Sprachen ausgebaut werden, darunter Deutsch. Netflix verweist darüber hinaus auf eine Vielzahl unterstützender Technologien, die die Zugänglichkeit des Angebots für Abonnent:innen mit Behinderungen vereinfachen sollen. Dazu zählen unter anderem Screenreader, Tastaturkurzbefehle, anpassbare Untertitel, Sprachbefehle, skalierbare Wiedergabegeschwindigkeiten oder spezielle Suchmöglichkeiten für Titel mit Audiodeskription. Auch die Repräsentanz bislang unterrepräsentierter Gruppen soll weiter erhöht und ihre Geschichten erzählt werden.

Bei dem von Sky Deutschland veranstalteten Streaming-Angebot **Wow** sind ebenfalls Teile des Angebots **untertitelt**. Als Programm-Highlights mit Untertitelung werden u. a. *House of the Dragon*, *Game of Thrones* oder *Babylon Berlin* angegeben. **Audiodeskription** ist im Angebot nicht vorhanden. Als weitere Komponenten, die die Zugänglichkeit zum Angebot erhöhen sollen, werden einstellbare Kontraste und das Hervorheben barrierefreier Inhalte angegeben. Auch Standards für die Darstellung von Untertiteln sind vorhanden.

Sky verweist darauf, dass sich das Unternehmen derzeit in einem technischen Transformationsprozess befinde und man organisatorische Maßnahmen eingeleitet habe, um die Bemühungen auf dem Gebiet des barrierefreien Ausbaus zu steigern. So bemühe man sich, Diversität und Inklusion in der Sportberichterstattung und -produktion stärker zu berücksichtigen. Das Unternehmen wolle für eine gerechtere Repräsentation von Minderheitsgruppen auf allen Ebenen eintreten.

Schritt für Schritt weiter auf dem Weg zur barrierefreien Medienumgebung

Das Engagement für Barrierefreiheit und vor allem der Ausbau von barrierefreien Angeboten findet im Wesentlichen in den beiden reichweitenstärksten privaten Sendergruppen statt. Das machen die Ergebnisse des 10. Monitorings deutlich. Und doch zeigt sich an der hohen Beteiligung der kleinen Sender, dass auch dort der Prüfauftrag angenommen wurde. Es bleibt zu hoffen, dass schon in der nächsten Abfrage innovative Ansätze genannt werden können, die über den Einsatz für Barrierefreiheit außerhalb der beiden großen Gruppen hinausgehen. Der hohe Rücklauf zeigt, dass die Befragung der Medienanstalten in der Branche eine Sensibilisierung für das Thema Barrierefreiheit erzeugen konnte.

Bei den reichweitenstärksten Sendergruppen liegt die ProSiebenSat.1 Media SE mit Blick auf das unertitelte Programm weiterhin vor der RTL Deutschland. ProSiebenSat.1 hat dabei die Anteile verstimmt, RTL Deutschland leicht erhöht. Besonders erwähnenswert und erfreulich ist, dass der Bereich Audiodeskription ausgebaut wurde und wichtiger wird. Ein Trend, der sich hoffentlich fortsetzen wird.

Einzelne Initiativen, wie etwa die Möglichkeit, barrierefreie Werbung zu schalten oder die zusätzliche Untertitelung in Einfacher Sprache, deuten auf neue Wege hin, Inhalte zugänglicher zu machen. Und es zeigt sich auch, dass das Thema Inklusion – häufig im Kontext von Diversity – in den Unternehmen schon mehr verankert ist, als dies noch vor wenigen Jahren der Fall war. Dennoch gilt nach wie vor, dass das Engagement für mehr Barrierefreiheit weiter vorangetrieben werden muss – nicht nur aus partizipativen, sondern auch aus wirtschaftlichen Gründen.

Keine Ausreden mehr: vereinfachte Datenerhebung und effiziente Auswertung

Die Medienanstalten werden daher weiterhin regelmäßige jährliche Abfragen vornehmen, auch wenn die Berichtspflicht nach dem MStV nur alle drei Jahre vorgegeben ist. Geplant ist dafür ein automatisiertes Datenerfassungs- und Auswertungstool, das die vereinfachte Eingabe seitens der Sender sowie eine effiziente Auswertung seitens der Medienanstalten gewährleisten soll.

Die neuen Regelungen des Medienstaatsvertrags machen die gewachsene Bedeutung des Themas Barrierefreiheit deutlich. Die Notwendigkeit barrierefrei gestalteter Angebote wurde ausdrücklich bekräftigt und in den Public-Value-Kriterienkatalog aufgenommen.

Das Bedürfnis, Medien nutzen zu können, hängt nicht davon ab, ob jemand einen Rollstuhl, ein Vorleseprogramm oder ein Hörgerät nutzt. Es verbindet alle Menschen. Die Zeit für Ausreden, warum mehr Barrierefreiheit nicht möglich sein soll, ist angesichts neuer technischer Möglichkeiten vorbei. Wer mehr Barrierefreiheit in den Medien will, wird das auch umsetzen und nicht nach Ausreden suchen.

Die praktische Umsetzung der Berichtspflichten für die zahlreichen, in Deutschland zugelassenen privaten Anbieter ist der nächste große Schritt, mit dem die Medienanstalten ihren Einsatz für mehr Barrierefreiheit in den Medien europaweit in einer Vorreiterrolle unter Beweis stellen können. Ohne Ausreden, dafür mit Mut zum Machen.