

Barrierefreiheit im privaten Fernsehen.

Von freiwilligen Monitorings zu Berichtspflichten nach dem Medienstaatsvertrag

Cornelia Holsten und Dr. Dörte Hein

Lange schon engagieren sich private Medien für möglichst barrierefreie Zugänge zu ihren Programmen und Inhalten. Den jeweiligen Status quo erheben wir nunmehr schon im 11. Jahr. Inzwischen ist die regelmäßige Berichterstattung nicht mehr freiwillig, sondern allen bundesweit zugelassenen Sendern und fernsehähnlichen Telemedien **gesetzlich vorgeschrieben**.

Gemäß **§ 7 MStV** sollen die Veranstalter bundesweit verbreiteter privater Fernsehprogramme über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote aufnehmen und deren Umfang stetig ausweiten. Über die einzelnen Maßnahmen, deren Verbindlichkeit und die dabei erzielten Fortschritte (Aktionspläne) ist den Landesmedienanstalten mindestens alle drei Jahre zu berichten. Darüber hinaus sind in Umsetzung des European Accessibility Act auch Zugangsdiensteanbieter für Barrierefreiheit verantwortlich und den Landesmedienanstalten auf Nachfrage zur Auskunft verpflichtet (§ 99b MStV).

Basierend auf den jährlichen Monitorings, wurde daher erstmals die **Erfüllung der Berichtspflichten Barrierefreiheit** nach dem Medienstaatsvertrag abgefragt. Dies erfolgte zum einen rückwirkend auf das Jahr 2023 bezogen und zum anderen hinsichtlich perspektivisch geplanter Vorhaben für mehr Barrierefreiheit (Aktionspläne für den Zeitraum 2024 bis 2026).

Der Fragebogen wurde schon 2022 erheblich überarbeitet: Neben den Kategorien Untertitelung, Audiodeskription, Gebärdensprache und Leichte Sprache können Anbieter auch angeben, welche Komponenten ihre Onlineangebote/Apps/Mediatheken barrierefrei machen. All diese Kategorien wurden auch mit Blick auf die Pläne für die Zukunft abgefragt.

Neu ist auch, dass die Abfragen nicht mehr analog, sondern erstmals digital mithilfe eines automatisierten **Online-Erhebungstools** erfolgt sind. Für jeden Sender wurde ein individueller Umfragecode erstellt, der ihnen von der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt übermittelt wurde.

Die entsprechenden Schreiben waren den lizenzgebenden Landesmedienanstalten am 22. November 2023 zugegangen. Die Frist zur Beteiligung an der Abfrage war der 31. Januar 2024, wobei nach dem Versand eines Reminders die Beteiligungsmöglichkeit noch bis zum 21. Februar 2024 verlängert und die Umfrage an diesem Tag geschlossen wurde.

Barrierefreiheit 2023 und Planungen ab 2024

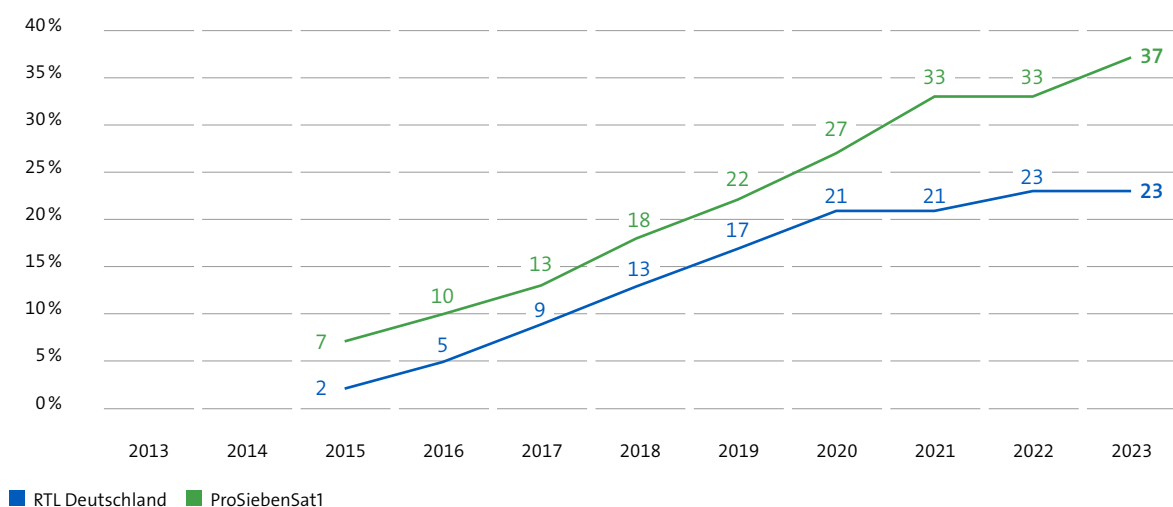
In der aktuellen Befragung wurden insgesamt rund **220** bundesweite TV-Sender und Streaming-Plattformen – sofern sie für Live-Content über eine Rundfunkzulassung verfügen – angeschrieben. Rund **190** Angebote haben an der Abfrage teilgenommen.

An die Sender, die sich nicht an der Abfrage beteiligt haben, hat die jeweils lizenzgebende Medienanstalt ein Hinweisschreiben versendet. Unter den Sendern, die sich nicht zurückgemeldet haben, befinden sich vereinzelt auch solche, die gar kein Programm mehr verbreiten und beispielsweise vergessen haben, ihre Zulassung zurückzugeben. Insgesamt gehen wir von einer Rücklaufquote – bereinigt um etwaige „Karteileichen“ und zuzüglich weiterer Nachzügler – von rund **90 Prozent** aus.

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.

Abb. 1

UT-Quoten der großen Sendergruppen



Ergebnisse von RTL Deutschland

Die Ergebnisse von RTL Deutschland sind, bezogen auf das Jahr 2023, mit Blick auf die **Untertitelung** des linearen und non-linearen Angebots gleichbleibend: Die Quote liegt im Durchschnitt bei **23 Prozent** (RTL, RTL Zwei, VOX, Super RTL und Nitro).

Untertitelt werden hauptsächlich die reichweitenstärksten Fiktion-Formate. Sowohl für die Live-Untertitelung als auch in der Vorproduktion für VoD werden voraussichtlich ab Ende 2024 KI-basierte, automatisch erzeugte Untertitelgeneratoren zum Einsatz kommen. Diese Tools sollen ab Implementierung zu einer sichtbaren Erhöhung des Anteils untertitelter Programme beitragen.

Mit **Audiodeskription (AD)** wurden einzelne Formate auf den Sendern RTL, RTL Zwei und VOX ausgestrahlt. Für die Übertragung von Live-Sportereignissen sei teilweise die Einführung und der Ausbau von **Live-Audiodeskriptionen** geplant. RTL Deutschland arbeitet im Bereich der Audiodeskription mit dem Unternehmen „Greta & Starks“ zusammen.

Werbekund:innen sollen künftig die Möglichkeit bekommen, ihre Spots barrierefrei auszustrahlen. Des Weiteren wird es im Rahmen der Unternehmensinitiative „pro Vielfalt“ spezielle Inhalte zum Themenkomplex Inklusion inkl. verschiedener Barrierefreiheitsaspekte geben.

Angebote mit **Gebärdensprache** und in **Leichter Sprache** sind nicht vorhanden. RTL gibt jedoch an, in technischer Vorbereitung von HbbTV für den Splitscreen-Einsatz von Gebärdendolmetscher:innen zu sein. Auch der Einsatz von Leichter Sprache werde derzeit geprüft.

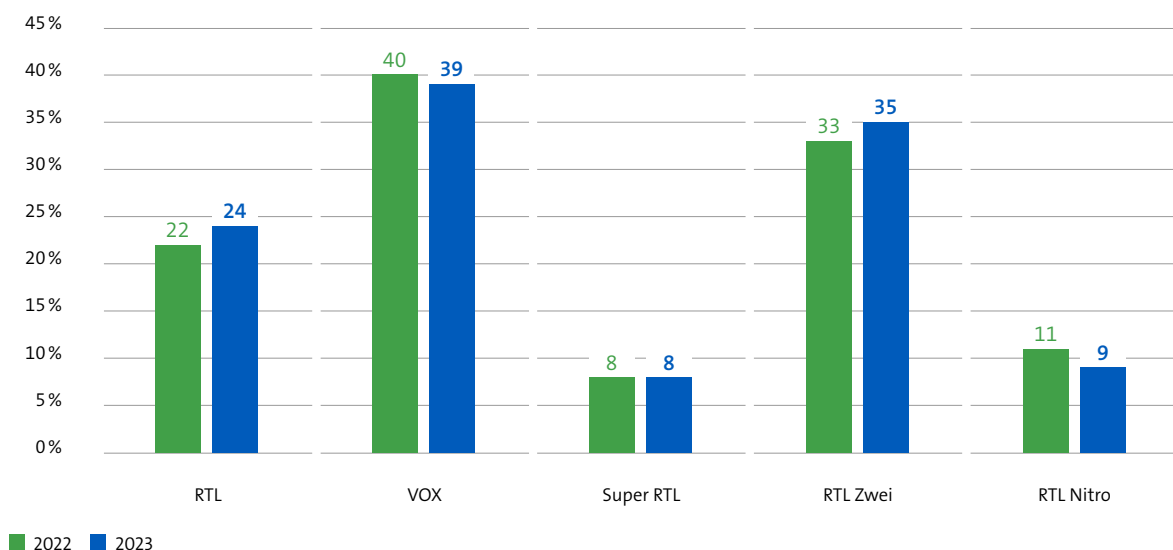
Für die **Barrierefreiheit in den Online-Angeboten/Apps/Mediatheken** sorgen bei RTL Deutschland die Standards für die Darstellung von Untertiteln sowie die Möglichkeit zum Feedback. In Planung seien einstellbare Wiedergabegeschwindigkeiten, das Herheben von barrierefreien Inhalten sowie Screenreader.

Bei **RTL+**, dem Video-on-Demand-Angebot von RTL Deutschland, liegt die **Untertitelungsquote** für die aus dem Archiv abrufbaren Inhalte bei **8 Prozent** und damit um 3 Prozent höher als im Vorjahr. Der Anteil an Formaten mit Audiodeskription soll 2024 und in den Folgejahren ausgebaut werden. Im Rahmen eines Pilotprojekts sollen bis Ende 2026 Tests mit Zuschaltung von Gebärdensprache stattfinden. Der Einsatz von Vertonungen in Leichter Sprache werde geprüft. Auch hierzu werde es ggf. ein Pilotprojekt und Tests mit Zuschaltung von Leichter Sprache bis Ende 2026 geben.

Ein Blick auf die einzelnen Sender

Abb. 2

RTL Deutschland



Die **Untertitelungsquote** bei **RTL** liegt bei **24 Prozent** und damit um zwei Prozentpunkte höher als in der Vorjahresehebung. Highlights mit Untertitelung waren etwa Sportformate wie die *Fußball Europa League*. Auch Showformate wie *Ninja Warrior* oder *Let's Dance*, Daily-Drama-Serien (bspw. *Alles was zählt*) und Spielfilme wie etwa *Sisi* wurden untertitelt. Mit zusätzlicher **Audiodeskription** angeboten wurde *Viva la Diva* und die dritte Staffel von *Sisi*.

Mit **39 Prozent** untertitelter Sendezeit ist **VOX** erneut Spitzenreiter innerhalb von RTL Deutschland, im Vergleich zum Vorjahr allerdings mit einem leichten Rückgang um einen Prozentpunkt. Untertitelte Programmhilights sind etwa *Die Höhle der Löwen* oder *Grill den Henssler* sowie verschiedene Spielfilme. Auch Krimi-Formate wie *Medical Detectives* und *CSI* wurden untertitelt. Mit zusätzlicher **Audio-deskription** wurde das Format *Zum Schwarzwälder Hirsch – Ein Jahr danach* ausgestrahlt.

Bei **Nitro** ist ein geringer Rückgang der Untertitelungen um zwei Prozentpunkte zu verzeichnen (**9 Prozent**, Vorjahr: 11 Prozent). Als Programmhilights werden bspw. *Fußball-EM-Qualifikationsspiele*, *Law & Order Special Victims Unit*, *Alarm für Cobra 11* und verschiedene Spielfilme angegeben. Bisher gibt es bei Nitro kein Angebot an Audiodeskription, jedoch sei dies, wie erwähnt, bei Live-Sportevents in Planung.

Die Untertitelungsquote bei **Super RTL** liegt, wie bereits im Vorjahr, bei **8 Prozent**. Die Inhalte von **Toggo plus** seien kindgerecht aufbereitet und entsprechend sei die Sprache einfach und leicht verständlich. Darüber hinaus sei es technisch derzeit nicht möglich, Toggo plus barrierefrei zu verbreiten. Mit Blick auf künftige Aktivitäten wird darauf verwiesen, dass KI-basierte, automatisch funktionierende Tools zur Audiodeskription bzw. für ein Kinderprogramm angemessener Untertitelung die Möglichkeiten erhöhen könnten.

Der Anteil des untertitelten Angebots von **RTL Zwei** ist im Vergleich zum Vorjahr um zwei Prozent gestiegen und liegt nun bei **35 Prozent**. Doku-Soaps wie *Die Geissens* oder *Daniela Katzenberger* sind mit Untertitelungen verfügbar. Im Bereich der Reality-Shows werden bspw. *Love Island* und *Kampf der Reality Stars* mit Untertiteln angeboten. Zukünftig plant **RTL Zwei**, die komplette reichweitenstarke Primetime an sieben Tagen der Woche sowie sämtliche Spielfilme zu untertiteln.

Bei der **Audiodeskription** liegt der Anteil bei **1 Prozent**. Als Programmhilights genannt werden bspw. *Die glorreichen Sieben* oder *Men in Black 1 und 2*.

Erneut liegen auch die Daten der **Pay-TV-Sender** von RTL Deutschland vor. Bei **Geo Television** liegt der Anteil bei **17**, bei **RTL Passion** bei **6 Prozent**. Beide Sender hatten im Vorjahr noch keine untertitelten Angebote vorzuweisen. Zu den Highlights zählen die Sendungen *Dating Queen* oder *Temptation Island*. Ein weiterer Ausbau sei geplant. Auf den Sendern **RTL Crime** und **RTL Living** werden nur vereinzelt Untertitel ausgestrahlt, wenn diese fest integriert vom Lizenzgeber angeliefert werden. Im Rahmen einer Jahresauswertung entsteht kein nennenswerter Anteil an Untertitelung. Beide Sender geben an, den Anteil der untertitelten Programmstunden erhöhen zu wollen.

Ergebnisse von ProSiebenSat.1

Die Untertitelungsquote lag bei der ProSiebenSat.1 Media SE bei **37 Prozent** und damit um 4 Prozentpunkte höher als bei der Vorjahreseerhebung (Sat.1, ProSieben, kabel eins, sixx und ProSieben Maxx).

Erstmals ist **kabel eins** der Sender mit den meisten Untertitelungen und tauscht damit den Spitzenreiterplatz mit **ProSieben**, dem Privatsender, auf dem seit dem Jahr 2000 der höchste Anteil an barrierefreiem Programm ausgestrahlt wurde.

Auch die Anzahl an Formaten mit zusätzlicher **Audiodeskription** (Sat.1, ProSieben und ProSieben Maxx) und **Gebärdensprache** (Sat.1 und ProSieben) wurde erhöht. Auf ProSieben und Sat.1 wurden erstmals Sendungen mit Untertiteln in **Leichter Sprache** über den Teletext angeboten oder in Leichter Sprache neu vertonte Sendungen in der Mediathek zum Abruf bereitgestellt.

Es besteht die Möglichkeit, **barrierefreie Werbung** mit Untertiteln, Audiodeskription und Gebärdensprache zu buchen. Anlässlich des Internationalen Protesttages zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderung am 5. Mai 2023 wurde im Rahmen eines Event-Werbeblocks auf ProSieben auf das Thema Hörbehinderung aufmerksam gemacht. Gezeigt wurden Werbespots, die akustisch verändert wurden und dafür sensibilisieren sollten, wie gehörlose oder hörbeeinträchtigte Menschen Werbung wahrnehmen.

Für das Jahr 2024 ist geplant, die Anzahl der Sendungen mit **Untertitelung**, die auf den Sendern der Gruppe insgesamt ausgestrahlt werden, um **10 Prozent** zu steigern. **Audiodeskription** und **Gebärdensprache** sollen um jeweils **30 Prozent** gesteigert werden. Zudem soll es im Jahr 2024 doppelt so viele – das entspricht 24 – Sendungen in **Leichter Sprache** geben.

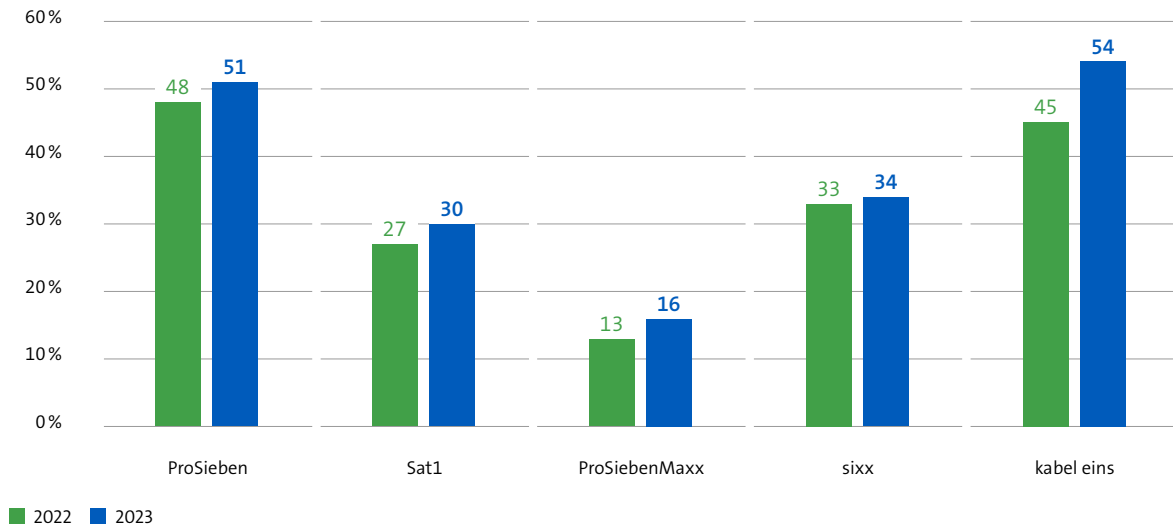
Für die **Barrierefreiheit in den Online-Angeboten/Apps/Mediatheken** sorgen bei der Sendergruppe die Standards für die Darstellung von Untertiteln, die Möglichkeit zum Feedback sowie die Herhorhebung von barrierefreien Inhalten. In Planung seien die Einführung von Tastaturkurzbefehlen und einstellbare Kontraste.

Im Jahr 2024 sollen zudem barrierefreie Programmhilights der Sendergruppe auch auf der Streaming-Plattform **Joyn** verfügbar sein. Mit Blick auf das Gesamtjahr 2023 können die Anteile für die untertitelten VoD-Programme auf der Streaming-Plattform nicht ausgewertet werden. Mittelfristig sei geplant, originär auf der Plattform verfügbare Formate barrierefrei anzubieten. Künftig sollten sämtliche Inhalte der Sendermediatheken auf Joyn ausgespielt werden. 2024 und 2025 würden technische Anpassungen zur Verbesserung der Barrierefreiheit auf der Plattform umgesetzt.

Die einzelnen Sender im Blick

Abb. 3

ProSiebenSat1



Bei **ProSieben** werden mittlerweile mehr als die Hälfte (**51 Prozent**) der Sendungen **untertitelt**, im Vorjahr war es noch knapp unter der Hälfte. Hauptsächlich werden Spielfilme, Serien und Primetime-Shows mit Untertiteln angeboten. Entertainment-Formate wie *Germany's Next Topmodel* werden barrierefrei mit Untertitelung, Audiodeskription sowie Gebärdensprache ausgestrahlt. Auch *The Masked Singer* und *Joko & Klaas* sind mit Untertiteln und **Audiodeskription** verfügbar. Insgesamt wurden im Jahr 2023 89 Sendungen mit Audiodeskription ausgestrahlt. Damit liegt der Anteil bei **2 Prozent**.

Die Anzahl an Formaten mit **Gebärdensprache** soll vorrangig bei Entertainment-Formaten ausgebaut werden. Neben dem Angebot der Gebärdensprache über den HbbTV-Livestream soll ab Februar 2024 erstmals bei der Ausstrahlung von *Germany's Next Topmodel* auf Joyn ein paralleler Sender-Livestream „ProSieben GB“ für die Dauer der jeweiligen Sendungen angeboten werden, über den die Sendung mit Gebärdensprache verfolgt werden kann.

Sat.1 konnte sich im Bereich der Untertitelungen von 27 auf **30 Prozent** steigern. Die gesamte Staffel *Zurück in die Schule* sowie die Übertragung der *Krönung von Charles III.* wurden umfassend barrierefrei mit Untertiteln, Audiodeskription und Gebärdensprache angeboten. Zusätzlich zu dem etablierten Angebot an Spielfilmen und US-Serien wurden auch neue, eigenproduzierte Serien, Sportübertragungen, Reality-Doku-Formate oder Sondersendungen zu aktuellen Nachrichtenlagen untertitelt.

Mit Blick auf **Audiodeskription** soll ab Februar 2024 neben dem Angebot über die App „SAT.1 AD“ auf Joyn ein paralleler Sender-Livestream für die Dauer der jeweiligen Sendungen angeboten werden, über den die Sendung mit zusätzlicher Audiodeskription ausgestrahlt werden soll. Das Angebot an zusätzlicher **Gebärdensprache** soll 2024 bei den reichweitenstarken und eigenproduzierten Shows ausgeweitet werden.

Auch **ProSieben Maxx** hat das Angebot an Sendungen mit Untertitelungen gesteigert. Der Anteil liegt bei **16 Prozent** (Vorjahr: 13 Prozent). Zu diesen zählen bspw. Anime-Spielfilme und Trickserien wie *Family Guy* und *Futurama*, aber auch US-Serien wie *Akte X* und Dokumentationen wie *Hell's Kitchen*. Auch Sportübertragungen verfügen über Untertitel. Zudem sind **14 Sendungen mit AD** abrufbar.

Bei **Sixx** ist eine leichte Steigerung von 33 auf **34 Prozent** zu verzeichnen. Service-Sendungen, US-Serien und die Berichterstattung zu den *Special Olympics World Games 2023* stehen hier im Fokus. Highlights sind bspw. eigenproduzierte Service-Sendungen wie *Organize 'n Style – Isabella räumt auf!*, *Paula kommt – Sex und gute Nachtgeschichten* oder US-Serien wie *Friends*.

kabel eins ist im Jahr 2023 mit **54 Prozent** in Deutschland der Sender mit der höchsten Untertitelungsquote (Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent). Als Highlights genannt werden Serien, Spielfilm-Klassiker und Dokureihen wie z. B. *Trucker Babes – 400 PS in Frauenhand* oder *Yes we camp*. Auch die Reportagereihe *Unsere Bundeswehr: Missionen, Menschen, Emotionen* ist mit Untertiteln verfügbar.

Neben dem bestehenden Audiodeskriptionsangebot bei Sat.1, ProSieben und auf ProSieben Maxx sieht die Planung vor, 2024 bei **kabel eins** erste Ausstrahlungen mit **Audiodeskription** zu versehen. Für die technische Ausspielung soll dazu die App „Kabel Eins AD“ gestartet werden, über die Audiodeskription parallel zur TV-Ausstrahlung von Sendungen über Mobilgeräte zugeschaltet werden kann.

Die Sender **Sat.1 Gold**, **kabel eins Doku** und die Pay-TV-Sender **Sat.1 emotions**, **ProSieben Fun** und **kabel eins classics** bieten weiterhin keine barrierefreien Formate an. Der Ausbau sei hier kurzfristig nicht geplant und werde regelmäßig im Rahmen der jährlichen Zielsetzungen zur Barrierefreiheit nach wirtschaftlichen und programmplanerischen Gesichtspunkten geprüft.

Barrierefreiheit außerhalb der beiden großen privaten Sendergruppen

Der Ausbau von barrierefreien Angeboten findet im Wesentlichen immer noch bei den beiden reichweitenstärksten Sendergruppen statt. Viele der kleineren Sender können in Sachen Barrierefreiheit (noch) kaum etwas berichten. In konkreten Zahlen ausgedrückt: Von allen 175 Sendern außerhalb der beiden großen Sendergruppen, zu denen Ergebnisse vorliegen, geben **rund 35 Prozent** an, **Untertitel** anzubieten. **Audiodeskription** gibt es bei **4 Prozent** der Sender. Wenn das Programm auf Plattformen wie **YouTube** oder **Twitch** ausgespielt wird, sind meist hohe UT-Quoten (bis zu 100 Prozent) gegeben, da es sich um standardisiert automatisierte Untertitel handelt.

Ausgewählte Beispiele aus relevanten **Sparten** werden im Folgenden zur Illustrierung der Aktivitäten kleinerer Sender hin zu mehr Barrierefreiheit herangezogen.

In der Sparte **Sport** verfügt etwa das Programm von **Sport1** im **non-linearen** Bereich über **5 Prozent** Untertitelungen. Derzeit werde die automatisierte Untertitelung geprüft. Zudem gibt der Sender an, dass die Untertitelung für Sport-Events sehr schwierig sei, da die relevanten Inhalte live gesendet würden. Neben den bestehenden Bemühungen gibt **Sport1** an, dem inklusiven Format „Normal“ eine regelmäßige Sendezeit zu bieten und damit auf die Themen Inklusion und Barrierefreiheit aufmerksam

zu machen. Beim Sender **DAZN** beträgt der Anteil der **Untertitelungen** im **non-linearen** Programm **1 Prozent**. Die Implementierung von KI-gestützter, automatisierter Generierung von Untertiteln in der **linearen** Live-Berichterstattung könnte künftig für barriereärmere Zugänge sorgen.

In der Sparte **Musik** steigerte etwa **MTV** den Anteil der untertitelten Minuten im **linearen** Programm um ein Prozent und liegt nun bei **7 Prozent**. Im **non-linearen** Bereich beträgt der Anteil **50 Prozent**. Der Aktionsplan sieht vor, dass der Musiksender voraussichtlich ab Mitte 2025 den Zuschauenden über verschiedene Distributionswege die ersten Angebote mit sogenannten *Closed Captions*¹ anbieten kann. Für 2026 und 2027 sei geplant, die technischen Voraussetzungen für Audiodeskriptionsangebote zu schaffen. Parallel sollen Content-Partner und Lizenzgeber stärker in die Pflicht genommen werden, Untertitelungen und Audiodeskriptionen zu ihren Programmen direkt mitzuliefern.

In der Sparte **Nachrichten** verfügen etwa die Sender **WELT** und **n-tv** über ein journalistisch aufbereitetes Nachrichtenlaufband. Auf **WELT** werden Programme (insbes. Pressekonferenzen), in denen Gebärdendolmetschende zur Verfügung stehen, so übertragen, dass diese auch sichtbar sind. Die Texte sind zudem als Audio-Angebote in der Form Text-to-Speech verfügbar. Auf **ntv.de** gibt es seit 2022 eine Vorlesefunktion, wobei eine weitere Steigerung des Anteils vertonter Stücke sowie die technische Vorbereitung von HbbTV für den Splitscreen-Einsatz von Gebärdendolmetschenden geplant seien.

In der Sparte **Unterhaltung** bietet bspw. **GronkhTV** über die Plattformen Twitch und YouTube standardisiert automatisierte Untertitel für das ganze Programm an. Ein Großteil der Maßnahmen sei abhängig davon, was die entsprechenden Plattformen wie Twitch und YouTube an technischen Möglichkeiten anbieten würden. **Comedy Central** strahlt über 388 Stunden Programm aus, bei dem die automatisch generierten Untertitel von YouTube hinzugeschaltet werden können.

In der Sparte **Information/Dokumentation** verfügt das Angebot des Senders **Latizón TV** über **70 Prozent** Untertitelungen des **linearen** Programms; im **non-linearen** Bereich sind es **60 Prozent**. Hintergrund ist, dass ca. 30 Prozent der Zuschauenden Spanisch oder Portugiesisch als Muttersprache sprechen. Dort sei auch die Verwendung von Leichter Sprache schon seit Sendebeginn an ein zentrales Kriterium innerhalb des Angebots sowie innerhalb der programmbegleitenden Angebote.

Bei **Kinder-Sendern** sind bspw. auf **Nick und Nicktoons** keine barrierefreien Angebote vorhanden. Der Aktionsplan sieht allerdings vor, dass voraussichtlich ab Mitte 2025 den Zuschauenden die ersten Angebote mit Closed Captions angeboten werden können. Hierfür seien Investitionen vorgesehen und die technische Infrastruktur solle ausgebaut werden, um das Zuschalten der Untertitel auf dem linearen Fernsehsender zu ermöglichen. Ab 2026 und 2027 sollen die technischen Voraussetzungen für Audiodeskriptionsangebote geschaffen werden.

¹ Closed Captions (abgekürzt „CC“) beinhalten neben der reinen Untertitelung häufig für die Atmosphäre wichtige Beschreibungen von Geräuschen, Tönen und Musik abseits des Dialogs, etwa wenn stimmungsvolle Musik, eine Explosion oder das Weinen eines Kinds zu hören ist.

Bilanz und Blick nach vorn

Sendern mit bundesweiter Zulassung ist nun gesetzlich vorgeschrieben, über den Einsatz und die Pläne für mehr Barrierefreiheit zu berichten. Der Gesetzgeber hat damit die essenzielle Bedeutung von Medien als Schlüssel zu gesellschaftlicher Teilhabe weiter bekräftigt.

Regelmäßiges Nachfragen, verbunden mit der Aufforderung zum Dialog, ist für die Medienanstalten beim Thema Barrierefreiheit längst erprobt und eingeübt. Die Abfrage der Berichtspflichten und Aktionspläne konnte daher auf Basis der Monitorings zügig umgesetzt werden. Um auch weiterhin den Abgleich der Daten im Jahresvergleich zu ermöglichen, werden wir mit der Abfrage im jährlichen Turnus bleiben, auch wenn die Berichtspflichten nach dem MStV nur alle drei Jahre vorgegeben sind. Dies gilt jedenfalls für die Berichte für das vergangene Jahr. Aktionspläne sollen – wie gesetzlich vorgesehen – alle drei Jahre erhoben werden.

Schon bei der vergangenen Abfrage für das Jahr 2022, sozusagen einem Probedurchlauf, war der Rücklauf mit fast der Hälfte der angeschriebenen Sender beachtlich hoch. Die Branche ist für das Thema sensibilisiert. Bei der aktuellen Abfrage war die Quote mit rund 90 Prozent nochmals deutlich höher. Mit der praktischen Umsetzung der Berichtspflichten für die zahlreichen in Deutschland zugelassenen privaten TV-Sender haben die Medienanstalten ihren Einsatz für mehr Barrierefreiheit in den Medien auch europaweit in einer Vorreiterrolle unter Beweis gestellt.

Mit Blick auf die kommenden Abfragen stimmt der hohe Rücklauf optimistisch, zumal durch dynamischere Lösungen auch die Grundgesamtheit der zu befragenden Sender noch präziser gefasst werden soll. Denn auch dies war anders als zuvor: Erstmals wurde ein förderaler Verwaltungsprozess mithilfe eines Online-Erhebungstools digital umgesetzt.

Auch nach dieser Abfrage können wir festhalten, dass das Engagement für Barrierefreiheit und vor allem der Ausbau von barrierefreien Angeboten überwiegend in den beiden reichweitenstärksten privaten Sendergruppen stattfindet. Dabei konnte ProSiebenSat.1 Media SE den Anteil an untertiteltem Programm weiter steigern, RTL Deutschland verstetigen. Auch Audiodeskription, Gebärdensprache und Leichte Sprache kommen – wenn auch weiterhin in sehr geringem Maße – zum Einsatz, sind geplant bzw. werden immerhin geprüft. Erste Hinweise auf einen möglichen Trend, der sich hoffentlich fortsetzen wird. Denn Barrierefreiheit bedeutet mehr als Untertitel.

Innovative Lösungen sind gefragt

Erfreulich ist auch, dass das Potenzial, das KI für mehr Barrierefreiheit haben kann, erkannt und in Teilen bereits genutzt wird oder für die Zukunft fest eingeplant ist. Die Implementierung KI-basierter Tools könnte für den Bereich Barrierefreiheit viel bewirken – möglicherweise besonders bei kleineren Sendern.

Zudem ist erkennbar, dass in der engeren Verzahnung von linearen und On-Demand-Angeboten innovative Lösungen für Barrierefreiheit liegen können: Ein paralleler Livestream auf den Plattformen, über den laufende Sendungen des linearen Programms in Gebärdensprache verfolgt werden können, ermöglicht zum Beispiel das, worauf es bei medialer Inklusion ankommt: das *gemeinsame* Schauen und Mitfiebern.

Barrierefreiheit ist in den Medienunternehmen schon deutlich mehr verankert als es noch vor wenigen Jahren der Fall war. Dies liegt nicht zuletzt auch an den verantwortlichen Personen, die sich seit Langem engagieren und mit denen sich die Medienanstalten intensiv austauschen.

Das Engagement für mehr Barrierefreiheit in einem umfassenden Sinne sollte weiter vorangetrieben werden. Partizipative, aber auch wirtschaftliche Erwägungen sind dabei ausschlaggebend. Sowohl die Berichte als auch die Aktionspläne zeigen, dass technologischer Fortschritt für mehr Barrierefreiheit nutzbar gemacht werden kann. Die Zeit für Ausreden, warum mehr Barrierefreiheit nicht möglich sein soll, ist nicht nur angesichts präziser gesetzlicher Vorgaben vorbei, sondern auch dank neuer technischer Möglichkeiten.

Die Entwicklung in den letzten 11 Jahren hat gezeigt, dass ein barrierefreier Zugang zu privaten Medien längst nicht nur „nice to have“ ist, sondern das Engagement für mehr Barrierefreiheit in den privaten Medien von allen Beteiligten ernst genommen wird. Umso wichtiger wird es sein, hierauf aufzubauen und die Entwicklung weiter stetig voranzutreiben. Denn von Barrierefreiheit profitiert – früher oder später – die gesamte Gesellschaft.