

## Ergebnisse einer Mehr-Methoden-Studie in Nordrhein-Westfalen Hör- und sehbeeinträchtigte Menschen – Nutzungsmotive und Erwartungen an die Medien

Von Erk Simon und Elena Koch\*

Medien verbessern  
gesellschaftliche  
Teilhabe und  
Gleichstellung

Für Menschen mit Beeinträchtigungen haben Medien eine besondere Relevanz und Verantwortung. Mit dem Zugang zu Information, Bildung und Unterhaltung können sie dazu beitragen, die gesellschaftliche Teilhabe und die Gleichstellung zu verbessern. In Krisensituationen wie der Corona-Pandemie kommt den Medien dabei eine besondere Verantwortung zu, indem sie barrierefreie Informationen, zum Beispiel zu Fragen des Gesundheitsschutzes oder den politischen Entscheidungen, zur Verfügung stellen. Ein selbstbestimmter und chancengleicher Zugang zu Medien, wie er in der UN-Behindertenrechtskonvention festgelegt ist, setzt die barrierefreie Gestaltung von Medienangeboten ebenso voraus wie ein grundlegendes Wissen um die Mediennutzung und die Medienbedürfnisse der Menschen mit einer Beeinträchtigung. (1)

10 bis 16 Millionen  
Menschen in  
Deutschland leben  
mit einer  
Beeinträchtigung

Nach dem Mikrozensus 2017 leben in Deutschland in Privathaushalten 10,2 Millionen Menschen mit einer amtlich anerkannten Beeinträchtigung, dies sind 13 Prozent der Bevölkerung. Der größte Teil dieser Menschen, rund 7,5 Millionen Menschen, ist nach diesen Ergebnissen schwerbehindert, 2,8 Millionen Menschen leben mit einer leichteren Beeinträchtigung. (2) Die große Mehrheit (75 %) ist in der Altersgruppe 55 Jahre oder älter. In der Altersgruppe von 25 bis 44 Jahren sind 70 Prozent der Menschen mit einer Beeinträchtigung erwerbstätig oder suchen nach einer Tätigkeit. Da die Daten des Mikrozensus sich nur auf Personen mit einer amtlich anerkannten Beeinträchtigung beziehen, ist davon auszugehen, dass diese Bevölkerungsgruppe tatsächlich größer ist. Studien, die sich an der Selbsteinschätzung der Befragten orientieren, wie das sozio-ökonomische Panel, gehen von etwa 16 Millionen Menschen aus. (3) Außerdem ist zu berücksichtigen, dass diese Gruppe äußerst heterogen ist und sehr unterschiedliche Anforderungen und Bedürfnisse an den Zugang zu Medien bestehen. So gehören zu dieser Bevölkerungsgruppe Menschen mit körperlichen Einschränkungen, Sinnesbeeinträchtigungen wie Hören oder Sehen, Menschen mit Lernschwierigkeiten ebenso wie chronisch Kranke.

Für die Medienforschung sind dabei, wie in anderen Publikumsgruppen auch, die Fragen nach der Nutzung von Medienangeboten und ihrer Wirkung sowie angebotsbezogene inhaltliche Fragen der Präsenz

und Abbildung von Menschen mit einer Einschränkung relevant.

### Kurz und knapp

- Mittels einer Onlineumfrage und Publikumsgesprächen wurde bei seh- und hörbeeinträchtigten Personen ermittelt, welche Medienangebote sie nutzen und wie sie diese beurteilen.
- Die barrierefreien Angebote im öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden grundsätzlich sehr geschätzt.
- Es wird aber auch Verbesserungspotenzial und der Wunsch nach einer Ausweitung der Angebote benannt.
- Auch konkrete Informationen über barrierefreie Angebote gilt es zu optimieren.

Während die Mediennutzung der Gesamtbevölkerung in den Standardinstrumenten und zahlreichen Studien in einem hohen Detaillierungsgrad erfasst und analysiert wird, gibt es für die Menschen mit einer Beeinträchtigung bislang nur wenige empirische Untersuchungen. Eine Sonderstellung kommt dabei einer Studie der TU Dortmund mit dem Hans-Bredow-Institut aus dem Jahr 2016 zu, bei der in einem Mehr-Methoden-Design erstmals für Deutschland valide Daten zur Mediennutzung von vier Teilgruppen – Sehbeeinträchtigung, Hörbeeinträchtigung, körperlich-motorische Beeinträchtigung, Lernschwierigkeiten – erhoben wurden. (4) Die Ergebnisse zeigen zum einen die speziellen Bedürfnisse dieser Bevölkerungsgruppen, zum anderen gleichen die inhaltlichen Erwartungen und die Formen der Mediennutzung in vielen Punkten den Befunden, wie sie aus der gesamten Bevölkerung bekannt sind. So ist das lineare Fernsehen das mit Abstand meistgenutzte und funktional wichtigste Medium, und das Angebot barrierefreier Programme bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern wird von der Mehrheit der Befragten positiv bewertet. Deutlich wird aber auch der Wunsch nach einem weiteren Ausbau der barrierefreien Angebote. 86 Prozent der gehörlosen Menschen und 48 Prozent der Blinden geben in dieser Studie an, dass sie den Inhalten im Fernsehen gelegentlich bis sehr oft nicht folgen können. (5)

Bisher nur wenige empirische Studien

In Bezug auf die Präsenz von Menschen mit einer Beeinträchtigung und das durch Medien vermittelte Wissen über sie kommt eine Publikation des Grimme-Institutes zu dem Ergebnis, dass die Vielfalt der Menschen mit Beeinträchtigungen wenig Platz in den Medien findet und sie oft entweder als hilfsbedürftig

Wird die Vielfalt der Menschen mit Beeinträchtigungen in den Medien berücksichtigt?

\* Westdeutscher Rundfunk, Strategie und Medienforschung.

und/oder als außerordentlich leistungsstark dargestellt werden, zum Beispiel im Sport. Dagegen werde das Thema Beeinträchtigung zu wenig als normaler und integraler Bestandteil unserer Lebenswelt abgebildet. (6) Allerdings gibt es kaum systematisch erhobene empirische Daten, die diese Einschätzung stützen. Einzelbeispiele deuten durchaus darauf hin, dass Menschen bzw. Rollen mit Beeinträchtigungen in sehr verschiedenen Genres, Formen und auch in publikumsstarken Formaten präsent sind. Im fiktionalen Angebot sind dies zum Beispiel die blinde Anwältin in der erfolgreichen ARD-Serie „Die Heiland“, der ARD Mittwochsfilm „Jürgen, heute wird gelebt“, die ZDF-Reihe um die Anwältin „Ella Schön“ mit dem Asperger-Syndrom sowie die ebenfalls im ZDF gesendete dänisch-schwedisch-deutsche Serie „Die Brücke-Transit in den Tod“ mit der Rolle der Kommissarin Saga Norén, die Merkmale des Asperger-Syndroms zeigt. Das ARD-Radiofeature „Schwer behindert – Ein Feature über hochqualifizierte Menschen“, die Reihe „Sehen statt Hören“ bei ARD alpha und auf YouTube, das Format „Selbstbestimmt“ vom MDR sind weitere exemplarische Formate. Auch im privaten Fernsehen finden sich Beispiele: In der laufenden Staffel von „Germany’s Next Topmodel“ nimmt die gehörlose Kandidatin Maria teil.

Zahlreiche Kanäle bei YouTube und Angebote auf Social-Media-Plattformen verdeutlichen außerdem die Vielfalt des Lebens mit Beeinträchtigungen. So im ARD/ZDF-Angebot funk die Reihe „Leben mit Behinderung und Inklusion“ mit zahlreichen Videos, zum Beispiel: „Wer ist hier behindert?“ vom Y-Kollektiv und „Felix trifft: Rollstuhlfahrer Constantin“. Insbesondere in Bezug auf fiktionale Angebote wird es dabei kritisch diskutiert, wenn Figuren mit Beeinträchtigungen von Protagonisten ohne Beeinträchtigung verkörpert werden. Für prominente Rollen, die mit Menschen mit Beeinträchtigungen besetzt sind, gibt es dabei eher weniger Beispiele wie die Schauspielerin Luisa Wöllisch, eine Frau mit Trisomie 21, die im Kinofilm „Die Goldfische“ sowie in der ARD-Serie „Um Himmels Willen“ zu sehen war. (7)

Umfangreiches  
barrierefreies  
Angebot bei ARD  
und ZDF

ARD und ZDF bieten ein umfangreiches barrierefreies Angebot, welches kontinuierlich ausgebaut wird. So gibt es alle Erstsendungen im Ersten in einer barrierefreien Fassung für gehörlose und schwerhörige Menschen. Insgesamt sind 97 Prozent des Angebots im Ersten mit Untertiteln für Menschen mit einer Hörbehinderung versehen. Viele Sendungen werden als Hörfilmfassung für blinde und sehbehinderte Menschen angeboten. (8) Für knapp 52 Prozent des Hauptabendprogramms im Ersten gab es 2020 eine Audiodeskription, acht Jahre früher waren es noch 21 Prozent. (9) Für den zeitsouveränen Zugang zu den ARD-Programmen ist die Verfügbarkeit in den Mediatheken zentral. Hier bietet die ARD ver-

stärkt Videos mit Gebärdensprachdolmetschern an. Dazu gehört auch die „Tagesschau“ um 20.00 Uhr, die Phoenix auch linear mit Gebärdensübersetzung sendet. Zu den Angeboten in der Mediathek gehören außerdem die politischen Magazine der ARD und „Die Sendung mit der Maus“.

Die Informationsbedürfnisse des Publikums sind derzeit stark durch die Corona-Pandemie geprägt. Dies gilt für alle Nutzer und Nutzerinnen, in einem besonderen Maße aber auch für die Menschen mit einer Beeinträchtigung. Die ARD hat in der ersten Welle der Pandemie kurzfristig reagiert und die barrierefreien Angebote für die aktuellen Sendungen weiter ausgebaut. So wurden allein vom WDR im Jahr 2020 zwölf „Brennpunkt“-Ausgaben und 75 „ARD extra“ angeboten und in der Mediathek zur Verfügung gestellt. Im WDR Fernsehen werden inzwischen 74 Prozent des Programms untertitelt ausgestrahlt, abends ab 18.00 Uhr sogar mehr als 90 Prozent. Ein großer Teil der untertitelten Sendungen ist in den Mediatheken abrufbar. Zudem wird ein Teil der Sendungen in der WDR-Mediathek mit Gebärdensprache angeboten, wie zum Beispiel „WDR aktuell“, „Quarks“, „Wissen macht Ah!“ sowie „Kochen mit Martina und Moritz“. Auch die anderen Dritten Programme der ARD sowie alle anderen öffentlich-rechtlichen Sender bieten ein umfangreiches Angebot an barrierefreien Sendungen an.

### Studiendesign

Ziel der WDR-Studie war es, die Bedürfnisse von Menschen mit Hör- und Sehbeeinträchtigungen besser zu verstehen, um das WDR-Angebot für diese Zielgruppe zu optimieren und verstärkt nach deren Bedürfnissen ausrichten zu können. Die Fragestellungen dabei waren: Welche Erwartungen und Wünsche haben hörbeeinträchtigte und gehörlose bzw. sehbeeinträchtigte und blinde Menschen an die Fernsehprogramme bzw. barrierefreien Angebote des WDR? Was kommt gut an, wo gibt es Schwierigkeiten oder Hürden und wie können die linearen und non-linearen barrierefreien Angebote weiter verbessert werden?

Dazu wurde jeweils ein Austausch mit hörbeeinträchtigten bzw. sehbeeinträchtigten Menschen initiiert. Es ging dabei weniger um eine repräsentative Erfassung der Nutzung, sondern vielmehr darum, die spezifischen Anforderungen, Wünsche, Erwartungen und Schwierigkeiten barrierefreier Angebote von den Nutzerinnen und Nutzern aus erster Hand zu erfahren und mit dieser Zielgruppe in einen Austausch darüber zu kommen.

Für beide Zielgruppen fanden jeweils zwei Teilprojekte statt: Im September/Oktober 2018 ging es um die barrierefreien Angebote für hörbeeinträchtigte

ARD verstärkte während Corona-Pandemie die barrierefreien Angebote

WDR-Studie zu Medienbedürfnissen Hör- und Sehbeeinträchtigter

Aufbau der Studien und Methodik

und gehörlose Menschen, im September und Oktober 2019 um die Angebote für sehbeeinträchtigte und blinde Menschen.

**Gruppendiskussion** | Zum einen fand jeweils ein Publikumsgespräch im WDR statt, zu dem hörbeeinträchtigte und gehörlose bzw. sehbeeinträchtigte und blinde Menschen im Alter von 18 bis 70 Jahren eingeladen wurden. Diese Publikumsgespräche beinhalteten Gruppendiskussionen in drei Gruppen mit sieben bis acht Teilnehmern und Teilnehmerinnen sowie eine einführende und abschließende Plenumsdiskussion mit den insgesamt 22 bzw. 25 Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Die Teilnehmer für beide Teilprojekte wurden über Blinden- bzw. Hörbeeinträchtigten-Verbände, Institutionen und Vereine mit Schwerpunkt in NRW und deren Plattformen, wie Internetseiten, Newsletter und Social-Media-Communitys, rekrutiert. Bei den Hörbeeinträchtigten fand die Verständigung über Schrift- und Gebärdendolmetscher statt, bei den Sehbeeinträchtigten und Blinden waren zum Teil Begleitpersonen anwesend. Diese Publikumsgespräche fanden in Zusammenarbeit mit dem Institut Ipsos statt.

**Onlinebefragung** | Außerdem wurde in jedem Teilprojekt eine Onlineumfrage mit einem Mix aus offenen und geschlossenen Fragen durchgeführt. An den Onlinebefragungen nahmen 218 Menschen mit einer Hörbeeinträchtigung bzw. 154 Menschen mit einer Sehbeeinträchtigung teil. Auch die Ergebnisse der Onlinebefragungen sind im statistischen Sinne nicht repräsentativ, da auch hier eine gezielte Rekrutierung über Verbände und Kontaktpunkte auf Webseiten und über Social Media erfolgte. Dabei wurde bewusst auch auf sogenannte „Schneeballeffekte“ gesetzt, das heißt, bereits realisierte Kontakte wurden gebeten, die Einladung für die Befragung an weitere potenzielle Teilnehmer aus der Zielgruppe weiterzuleiten. Die Struktur der Teilnehmer und Teilnehmerinnen zeigt aber zumindest eine recht ausgeglichene Verteilung nach den relevanten soziodemografischen Merkmalen (vgl. Tabelle 1).

### Ergebnisse

**Erwartungen an barrierefreie Zugänge nach Genres** | In der Onlineumfrage wurde in einer gestützten Abfrage erhoben, für welche Genres und Sendungsformen – Fokus: Video/TV – mehr barrierefreie Angebote gewünscht werden. Hier stehen bei den Befragten mit Hörbeeinträchtigungen Dokumentationen und Reportagen, Nachrichten, Ratgeber- und Verbrauchersendungen, Wissenssendungen, Serien und Filme ganz vorne, gefolgt von politischen Magazinen und regionalen Sendungen. Für mehr als die Hälfte der Befragten sind barrierefreie Angebote in diesen Genres besonders relevant (vgl. Tabelle 2). Für die jüngeren Befragten unter 50 Jahren sind barrierefreie Angebote für Unterhaltungsshow, Filme/Serien und Sport wichtiger als für die ältere Gruppe.

**Tabelle 1**  
**Zusammensetzung der Befragten\***  
in %

	Befragte mit Hörbeeinträchtigung	Befragte mit Sehbeeinträchtigung
Fallzahl gesamt	218	154
14-49 Jahre	41	37
ab 50 Jahren	51	57
Frauen	58	54
Männer	37	39
Vollzeit berufstätig	43	23
Teilzeit berufstätig	14	14
in Ausbildung, Schülerin/Schüler, Studentin/Student	7	10
Rentnerin/Rentner	25	35
nicht berufstätig	3	8
keine Angabe	4	5

\* Wegen fehlender Angaben summieren die Prozentwerte nicht auf 100.  
Basis: Nicht repräsentative WDR Onlinebefragung.  
Befragte Mit Hörbeeinträchtigung: September/Oktober 2018.  
Befragte Mit Sehbeeinträchtigung: September/Oktober 2019.

Quelle: WDR Onlinebefragungen.

Bei den Befragten mit einer Sehbeeinträchtigung kommt die Onlineumfrage tendenziell zu ähnlichen Befunden (vgl. Tabelle 3). Dokumentationen und Reportagen, Serien und Filme, Wissensformate und Ratgeber- und Verbrauchersendungen sind die Genres, für welche mehr barrierefrei Zugänge gewünscht werden. Über 50 Prozent der Teilnehmer und Teilnehmerinnen geben diese Genres an. Für die jüngeren befragten Menschen mit einer Sehbeeinträchtigung (14 bis 49 Jahre) sind Filme/Serien, Unterhaltungsshow sowie Comedy-Formate wichtiger als für die ab 50-jährigen

Wo informieren sich Menschen mit Beeinträchtigungen über barrierefreie Angebote in den Medien? Diese Frage wurde ebenfalls in der Onlineumfrage erhoben. Demnach sind für hörbeeinträchtigte Menschen Videotext, die Empfehlungen von Freunden und Bekannten, Programmzeitschriften und die Internetseiten der Sender die wichtigsten Informationsquellen. In der jüngeren Gruppe werden die Informationen in den sozialen Medien stärker genutzt und sind hier die zweitwichtigste Informationsquelle. Für die befragten Menschen mit einer Sehbeeinträchtigung sind die Empfehlungen von Freunden und Bekannten die mit Abstand wichtigste Quelle, gefolgt von den Internetseiten der Sender und den Fachpublikationen der Verbände. Auch in dieser Gruppe spielen die Informationen über barrierefreie Angebote in den sozialen Medien eine besondere Rolle für die Jüngeren (14 bis 49 Jahre) und stehen nach den Informationen über Freunde und Bekannte an zweiter Stelle.

Informationswege über barrierefreie Angebote

Tabelle 2

**Befragte mit Hörbeeinträchtigung: Genrepräferenzen und Informationswege**

„Für welche Sendungen/Sendungsarten wünschen Sie sich mehr barrierefreie Angebote?“, Mehrfachantworten

	Gesamt		14-49 J.		ab 50 J.	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Gesamt	218	100	91	100	112	100
Dokumentationen und Reportagen	182	83	80	88	95	85
Nachrichten	173	79	79	87	87	78
Ratgeber- und Verbrauchersendungen	157	71	63	69	88	79
Wissenssendungen	157	71	67	74	84	75
Serien und Filme	156	71	72	79	78	70
politische Magazine/politische Talks	135	61	60	66	70	63
regionale Informationen	130	59	52	57	72	64
Kultursendungen	114	52	42	46	67	60
Unterhaltungsshows	113	51	58	64	51	46
Comedy/Kabarettssendungen	98	45	41	45	52	46
Sport	94	43	50	55	41	37
Sendungen für Kinder	78	35	46	51	27	24
<b>Wie informieren Sie sich über barrierefreie Angebote?</b>						
Gesamt	218	100	91	100	112	100
Videotext	90	41	36	40	52	46
Empfehlungen von Freunden/Bekanntem	85	39	43	47	38	34
TV-Programmzeitschriften	81	37	23	25	54	48
Internetseiten der TV-Sender	77	35	38	42	37	33
Zeitungen/Zeitschriften	62	28	24	26	35	31
Soziale Medien wie z. B. Facebook, WhatsApp, YouTube	62	28	39	43	21	19
Trailer/Programmhinweise	46	21	18	20	27	24
Fachpublikation/Infos von Fachverbänden	39	18	20	22	19	17

Basis: Nicht repräsentative WDR Onlinebefragung, an 100 Prozent fehlend: keine Angabe.

Quelle: WDR Onlinebefragungen: Hörbeeinträchtigte (September/Oktober 2018).

Ö.-r. Anbieter haben umfangreiches und gutes barrierefreies Angebot mit Verbesserungspotenzial

Von den Befragten, die barrierefreie Angebote kennen und nutzen, werden der WDR wie auch allgemein die öffentlich-rechtlichen Sender für ihr umfangreiches und qualitativ gutes barrierefreies Angebot sehr geschätzt. Die Untertitel (UT), Angebote mit Gebärdendolmetscher (DGS) und Audiobeschreibung (AD) werden als qualitativ gut bewertet, insbesondere im Vergleich mit den kommerziellen Anbietern. Zudem haben sie sich nach Ansicht der Befragten in den letzten Jahren sehr verbessert. Dennoch wird auch Verbesserungspotenzial benannt sowie der Wunsch nach einer Ausweitung der Angebote mit AD, UT und DGS geäußert. Im Gegensatz zu den privaten Anbietern werden hier besondere Anstrengungen vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk erwartet.

Umfassendes barrierefreies Angebot gewünscht

Die Bedürfnisse von Seh- und Hörbeeinträchtigten sind ähnlich: Gewünscht und erwartet wird ein inhaltlich möglichst (all-)umfassendes Angebot, insbesondere im Bereich der aktuellen Information und

der regionalen Sendungen. Weitere wichtige Genres, in denen barrierefreie Angebote gewünscht werden, sind Dokumentationen, Wissen, Service, Sport sowie unterhaltende, fiktionale Angebote (vgl. Tabelle 2).

Neben den barrierefreien Angeboten selbst wird aber auch mehr und bessere Information über die barrierefreien Angebote gewünscht, also Informationen darüber, welche Sendungen mit Audiobeschreibung bzw. mit Gebärdendolmetscher versehen sind und wie diese unkompliziert zu finden sind. Dies ist gerade für hör- und sehbeeinträchtigte Menschen elementar, und hier wird noch Optimierungspotenzial gesehen. Menschen mit Beeinträchtigungen möchten aktiv von den Medien über das vorhandene barrierefreie Angebot informiert werden und nicht lange und mühsam danach suchen müssen. Insbesondere in den Mediatheken werden eine einfachere Navigation und leichtere Auffindbarkeit barrierefreier Angebote gewünscht,

Mehr und bessere Information über barrierefreie Angebote gefordert

Tabelle 3

**Befragte mit Sehbeeinträchtigung: Genrepräferenzen und Informationswege**

„Für welche Sendungen/Sendungsarten wünschen Sie sich mehr barrierefreie Angebote?“, Mehrfachantworten

	Gesamt		14-49 J.		ab 50 J.	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Gesamt	154	100	57	100	89	100
Dokumentationen und Reportagen	108	70	38	67	66	74
Serien und Filme	104	67	44	77	57	64
Wissenssendungen	95	61	35	61	58	65
Ratgeber- und Verbrauchersendungen	79	51	22	39	55	62
Kultursendungen	69	45	20	35	47	53
regionale Informationen	68	44	23	40	44	49
Nachrichten	63	41	19	33	38	43
Sport	57	37	20	35	35	39
Unterhaltungsshows	47	30	23	40	21	24
politische Magazine/politische Talks	42	27	8	14	32	36
Comedy/Kabarettssendungen	39	25	17	30	20	22
Sendungen für Kinder	29	19	14	25	13	15
<b>Wie informieren Sie sich über barrierefreie Angebote?</b>						
Gesamt	154	100	57	100	89	100
Empfehlungen von Freunden/Bekanntem	64	41	27	47	33	37
Internetseiten der TV-Sender	37	24	14	25	22	25
Fachpublikation/Infos von Fachverbänden	35	23	13	23	21	24
TV-Programmzeitschriften	29	19	7	12	22	25
Soziale Medien wie z. B. Facebook, WhatsApp, YouTube	25	16	19	33	4	4
Trailer/Programmhinweise	22	14	10	18	12	13
Videotext	16	10	3	5	12	13
Zeitungen/Zeitschriften	11	7	1	2	10	11

Basis: Nicht repräsentative WDR Onlinebefragung, an 100 Prozent fehlend: keine Angabe.

Quelle: WDR Onlinebefragungen: Sehbeeinträchtigte (Oktober 2019).

um einen besseren Überblick über das vorhandene Angebot zu erhalten sowie die Inhalte ohne Erschwernisse nutzen zu können.

Mediale Verantwortung auch bei der Wahrnehmung von Beeinträchtigung in der Gesellschaft

Insbesondere die Publikumsgespräche zeigen aber auch: Es geht nicht allein um die Gestaltung der barrierefreien Angebote. Auch die Wahrnehmung von beeinträchtigten Menschen in der Gesellschaft ist ein zentrales Anliegen der befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Sie wollen stärker als Teil der Gesellschaft und des Alltags wahrgenommen werden und in den Medien, in Sendungen mehr vorkommen, sei es als Medienschaffende oder Protagonisten, Schauspieler und Gäste in Formaten, um so das Wissen in der Gesellschaft über Beeinträchtigung zu erweitern bzw. die Normalität von Beeinträchtigung im Alltag zu fördern.

Hier wird bei den Medien eine große Verantwortung gesehen. Dies zeigen zwei Zitate aus den Gruppen-

diskussionen: „In vielen Filmen spielen hörende Schauspieler taube Menschen. Ich finde es gut, dass der „Tatort“ ‚richtige‘ taube Schauspieler für diese Rollen einsetzt“.

„Ich würde gerne mehr Gehörlose im Fernsehen sehen und ich möchte, dass diese Filmrollen auch von echten Gehörlosen gespielt werden. Ich verstehe nicht, warum man das nicht immer macht. Man fühlt sich dann irgendwie nicht für voll genommen.“

**Ergebnisse zu den Angeboten für hörbeeinträchtigte und gehörlose Menschen**

Das lineare Fernsehen ist die primäre Rezeptionsquelle für hörbeeinträchtigte und gehörlose Menschen. Hauptsächlich werden öffentlich-rechtliche Sender, vor allem Das Erste und ZDF, gefolgt vom WDR Fernsehen, genutzt, da diese das größte barrierefreie Angebot in Form von Untertiteln und Gebärdensprache zur Verfügung stellen.



Nutzung von Untertiteln im Fernsehen und im Internet	<p>Untertitel eröffnen den wichtigsten Zugang zu den Inhalten für Hörbeeinträchtigte. Gebärdensprache wird jedoch wegen der umfangreicheren und auch emotionalen Abbildung des Inhalts bevorzugt. Die Kombination beider Elemente ermöglicht ein umfassendes inhaltliches Bild.</p> <p>Die Nutzung von Untertiteln im linearen Fernsehen sowie im Internet (Mediathek und andere Onlinenutzung) ist essenziell für Gehörlose und Hörbeeinträchtigte. In der Onlinebefragung gaben 89 Prozent der Befragten an, Sendungen mit Untertiteln im Fernsehen und online zu nutzen, 69 Prozent von ihnen täglich.</p> <p>Untertitel sind grundsätzlich häufiger verfügbar im Fernsehen als Gebärdendolmetscher und ermöglichen einen ersten Informationszugang. Sie sind wichtig für sicherere Verständlichkeit und gerade bei aktuellen Inhalten relevant. Außerdem sind Untertitel eine angenehme Möglichkeit, auf Hilfsmittel wie das Hörgerät verzichten zu können.</p> <p>Die Qualität der Untertitel und der Angebote mit Gebärdendolmetscher hat sich nach Ansicht der Befragten in den letzten Jahren sehr verbessert.</p>	<p>Nutzerinnen die Kenntnis der DGS voraus und wird entsprechend von den hörbeeinträchtigten Befragten weniger häufig genutzt als Untertitel. Der Einsatz von DGS in einem Format vergrößert jedoch die Verständlichkeit und die Möglichkeit einer umfassenden Rezeption sowie das Gefühl der Gleichstellung seitens der hörbeeinträchtigten und gehörlosen Menschen.</p> <p>DGS ermöglicht oft ein ausführlicheres und vollständigeres Bild, was wichtig ist, um Informationen zu validieren, die in den Untertiteln vielleicht nicht ausreichend niedergeschrieben werden oder schlecht lesbar sind. Gebärdensprache gibt zudem ein Gefühl für die Atmosphäre, denn sie übermittelt durch die Mimik viel inhaltliche Stimmung und kann schneller gelesen werden.</p> <p>Auch dies bestätigen Zitate aus einer Gruppendiskussion: „Im Fernsehen gibt es schon eher Untertitel als Gebärdendolmetscher. Das ist ok, ich verstehe schon, dass Untertitel günstiger für die sind. Trotzdem wäre es mir schon wichtig, dass ich das Gefühl habe, dass sie vollständig und nicht vereinfacht sind. Manchmal spricht jemand in einem Film gefühlte zehn Minuten und es tauchen drei Untertitel nacheinander auf. Das kann ja irgendwie nicht sein, das macht keinen Spaß.“ Oder: „Es wäre echt toll, wenn bei Talkshows Gebärdendolmetscher eingeblendet werden würden! Dann käme die Energie besser rüber. Ich will auch Teil von sowas sein, wenn sich alle für Fußball begeistern und mitfeiern. Da helfen auch keine Untertitel, die sind zu trocken.“</p>
Wahrnehmung und qualitative Aspekte von Untertiteln	<p>Deutlich wurde aber auch, mit welchen Schwierigkeiten hörbeeinträchtigte Menschen beim Fernsehen konfrontiert sind. Dazu gehören zum Beispiel Tonschwankungen bei einzelnen Sendern. Hier besteht der Wunsch nach einem einheitlichen Standard. Auch Nebengeräusche oder die Überdeckung von Untertiteln durch grafische Elemente sind störend. Bereits Kleinigkeiten wie Synchronität von Ton und Lippen helfen für das Verständnis. Ist der Ton nicht synchron zu den Lippen, beeinträchtigt dies das Lippenlesen und die Verständlichkeit des Textes. Besonders bei weniger umfangreichen Untertiteln wird versucht, die Lippen des Sprechers zu lesen, um ein umfangreicheres inhaltliches Bild zu erhalten. Allerdings ist der Mund des Sprechers nicht immer im Bild. Diese Aspekte sind insbesondere für mittelgradig bis hochgradig hörbeeinträchtigte Menschen relevant. Auch dies illustrieren Zitate aus den Gruppendiskussionen: „Der WDR war einer der ersten Sender mit Untertiteln. Da war ich sehr froh. Und der WDR hat viele Untertitel. Manchmal bin ich Hörgeräte-faul. Nach viel Hörstress in Besprechungen am Tag bin ich froh, wenn ich Untertitel lesen kann.“ „Ich finde die Untertitel bei 'Monitor' ganz gut. Sie sind nicht vereinfacht und gut farblich abgesetzt. Sie überlappen nicht, sowas nervt nämlich.“</p>	<p><b>Ergebnisse zu den Angeboten für blinde und sehbeeinträchtigte Menschen</b></p> <p>Bei blinden und sehbeeinträchtigten Menschen ist Radio das häufigste täglich genutzte Medium. Nach Altersgruppen spielt die tägliche Radionutzung vor allem bei den ab 30-Jährigen eine große Rolle. In der Altersgruppe unter 30 Jahren sind Onlineangebote die mit Abstand meistgenutzten Medienangebote. Lineares Radio und Fernsehen werden jeweils nur noch von rund einem Drittel der Befragten unter 30-Jahren genutzt, Onlineangebote dagegen von 84 Prozent. Gerade von den jüngeren und mittleren Altersgruppen werden zudem Podcasts gerne gehört.</p> <p>Lineares Fernsehen ist dennoch sehr beliebt und wird gerade von Älteren häufig verwendet, da die Audiodeskription-Funktion über die Fernbedienung leicht auffindbar ist und es die Möglichkeit bietet, gemeinsam mit der Familie Inhalte zu schauen (dabei übernimmt die Familie auch oft die Beschreibung). Mediatheken werden in der Tendenz von Jüngeren und alleine genutzt. Das barrierefreie Angebot ist umfassender als im linearen Fernsehen.</p>
Wahrnehmung und Bedeutung von Gebärdensprache (DGS)	<p>Gebärdensprache ist in der deutschen Fernsehlandschaft, besonders im linearen Fernsehen, deutlich seltener vertreten als Untertitel. Es setzt im Vergleich zu Untertiteln bei den Nutzern und</p>	

Nutzung von Audiodeskription	<p>Mehr als zwei Drittel der in der Onlinestudie befragten sehbeeinträchtigten Menschen geben an, Audiodeskription (AD) zu nutzen, knapp ein Drittel von ihnen täglich. Die jüngeren Altersgruppen nutzen generell etwas mehr AD, dafür aber weniger häufig. Besonders gern und häufig werden die AD-Angebote in der ARD bzw. bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern genutzt, insbesondere weil hier das Angebot und die Auswahl mit Abstand am größten sind. Aber auch die Qualität der AD wird geschätzt, wie das folgende Zitat verdeutlicht: „Mir gefällt, dass das Angebot überhaupt besteht, die sachliche und ruhige Beschreibungsweise, die angenehmen Stimmen.“</p> <p>Bei Formaten, bei denen Handlungen im Fokus stehen, zum Beispiel Dokumentationen bzw. Reportagen, Serien und Filmen sowie Wissenssendungen wird Audiodeskription am stärksten gewünscht. Für Wort- bzw. dialoglastigere Genres wie Nachrichten, Quiz-, Unterhaltungs- und Talkshows ist Audiodeskription nicht ganz so bedeutsam, weil sich der Inhalt auch durch das reine Zuhören vermittelt.</p> <p>Generell ist Audiodeskription bislang die einzige Möglichkeit, Fernsehangebote für blinde und sehbeeinträchtigte Menschen barrierefrei zu gestalten und somit eines der meist verwendeten Hilfsmittel bei der Mediennutzung Blinder und Sehbeeinträchtigter. Nach Sprachausgaben (68 %) geben in der Onlinebefragung 61 Prozent an, Audiodeskription als Hilfsmittel zu verwenden.</p>	über das vorhandene barrierefreie Angebot verbessert und die Informationssuche für beeinträchtigte Menschen erleichtert werden.	Des Weiteren gilt es, die barrierefreien Angebote kontinuierlich auszuweiten und einen besseren Zugang zu schaffen. Auf der technischen Ebene gilt es, die Nutzerfreundlichkeit (Usability) in der Mediathek zu erhöhen bzw. zu vereinfachen sowie die Social-Media-Angebote barrierefrei zu gestalten sowie inhaltlich und technisch die (bereits gute) Qualität der Angebote zu steigern.	Ö.-r. Anbieter mit umfangreichen und hochwertigen barrierefreien Programmen
Inhaltliche Aspekte der Audiodeskription	<p>Die Qualität der Audiodeskription in den WDR-Angeboten wird als sehr gut, präzise und unaufdringlich empfunden, es sind angenehme Stimmen. Als wichtig genannt wird die Ansage von für den Kontext relevanten Informationen, zum Beispiel eine Beschreibung der Umgebung, der Personen, Emotionen, aber auch von Zeitsprüngen und Rückblenden. Ebenso braucht es ein ausgewogenes Maß an AD-Vertonung, um den Inhalt verstehen und gleichzeitig dem Dialog folgen zu können – eine gute Mischung von „nicht zu viel und nicht zu wenig“ – sowie die Vermeidung von zu komplexer Sprache. Zitat: „Es ist wichtig, dass es vom Text nicht überladen ist, zum Beispiel dass unwichtige Details, die keinem Sehenden auffallen würden, explizit erwähnt bzw. in den Vordergrund gestellt werden“. Die AD sollte synchron zum Geschehen sein und sich nicht mit Dialogen überlappen. Kritisiert wird der unterschiedlich laute Ton sowie dass es wenige Angebote für Jüngere gibt. Generell wird ein möglichst umfassendes bzw. vollständiges Angebot gewünscht sowie mehr Live-AD.</p>	Der methodische Zugang über einen Mehr-Methoden-Ansatz in einer Kombination von qualitativen und quantitativen Methoden hat sich bewährt. Durch das partizipative Element des Publikumsgesprächs und den intensiven Austausch konnten die relevanten Fragestellungen und Bedürfnisse identifiziert sowie das Expertenwissen und die Erfahrungen dieser Publikumsgruppe direkt in die weitere Forschung – hier eine nicht repräsentative Onlineumfrage – einbezogen werden.	Intensiver Austausch mit der Zielgruppe ist wichtiges Element im Forschungsprozess	
Optimierungspotenzial für barrierefreie Angebote	Um eine bessere Nutzung und Nutzbarkeit der barrierefreien Angebote zu erreichen, lässt sich Optimierungspotenzial auf unterschiedlichen Ebenen erkennen: Für eine generell stärkere Wahrnehmung der barrierefreien Angebote sollten die Kommunikation	Deutlich wurde auch, dass für Menschen mit einer Beeinträchtigung nicht nur das Thema barrierefreier Zugang zu Medien wichtig ist. Vielmehr werden auch eine stärkere Präsenz und Wahrnehmung von Beeinträchtigung in den Medien gewünscht. Protagonisten	Präsenz in Medien als Teil gesellschaftlicher Integration	

mit einer Beeinträchtigung sollten integraler Bestandteil unserer vielfältigen Gesellschaft in den Medien sein.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Beauftragte der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen (Hrsg.): Die UN-Behindertenrechtskonvention. Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderung. Berlin 2015. [http://www.behindertenbeauftragte.de/SharedDocs/Publikationen/UN\\_Konvention\\_deutsch.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](http://www.behindertenbeauftragte.de/SharedDocs/Publikationen/UN_Konvention_deutsch.pdf?__blob=publicationFile&v=1) (abgerufen am 4.1.2021); Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2017: Zweiter Teilhabe-Bericht der Bundesregierung über das Leben von Menschen mit Beeinträchtigungen in Deutschland. [https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/a125-16l-teilhabebericht-leichte-sprache.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/a125-16l-teilhabebericht-leichte-sprache.pdf?__blob=publicationFile&v=1) (abgerufen am 10.1.2021).
- 2) Vgl. Gesundheitsberichterstattung des Bundes: [https://www.gbe-bund.de/gbe/abrechnung.prc\\_abr\\_test\\_logon?p\\_uid=gast&p\\_aid=0&p\\_knoten=FID&p\\_sprache=D&p\\_suchstring=25424](https://www.gbe-bund.de/gbe/abrechnung.prc_abr_test_logon?p_uid=gast&p_aid=0&p_knoten=FID&p_sprache=D&p_suchstring=25424) (abgerufen am 16.2.2017).
- 3) Vgl. ebd.
- 4) Vgl. Adrian, Sebastian/Sascha Hölzig/Uwe Hasebrink/Ingo Bosse/Annegret Haage: Mediennutzung von Menschen mit Beeinträchtigungen. Medienbezogene Handlungen, Barrieren und Erwartungen einer heterogenen Zielgruppe. In: Media Perspektiven 3/2017, S. 145-156.
- 5) Vgl. ebd.
- 6) Vgl. Grimme-Institut 2018: Menschen mit Behinderungen in den Medien. <https://imblickpunkt.de/das-bild-von-menschen-mit-behinderungen-in-den-medien/> (abgerufen am 11.12.2020).
- 7) Vgl. Kunstfreiheit gegen Identitätspolitik - wie wichtig sind sexuelle Orientierung und Hautfarbe in Film und Theater? Der Spiegel, 8, 2021, S.48-62.
- 8) Vgl.: <https://www.daserste.de/specials/service/barrierefreie-angebote-ard100.html/>. <https://www1.wdr.de/hilfe/barrierefrei102.html/> sowie [https://www.ndr.de/fernsehen/barrierefreie\\_angebote/index.html](https://www.ndr.de/fernsehen/barrierefreie_angebote/index.html) (beide abgerufen am 22.12.2020).
- 9) Vgl. ebd.