

Inklusion im Fernsehen: ZDF setzt auf Barrierefreiheit für alle

ZDF startet die Kampagne „Barrierefrei für alle“ und fördert inklusive Programme für mehr Barrierefreiheit im Fernsehen.

Das ZDF setzt ein starkes Zeichen für Inklusion und Barrierefreiheit mit seiner neuen bundesweiten Kampagne unter dem Motto „Barrierefrei für alle“. Diese Initiative zielt darauf ab, eine breitere Öffentlichkeit für die Bedeutung von barrierefreien Medien zu sensibilisieren. Dabei wird verdeutlicht, dass Barrierefreiheit für Menschen mit visuellen oder auditiven Einschränkungen nicht nur einen Zusatznutzen darstellt, sondern eine grundlegende Voraussetzung für den Zugang zu Informationen und Unterhaltung für alle ist.

Bettina Schausten, die Chefredakteurin des ZDF, erklärt die Philosophie hinter dieser Kampagne: „Wir wollen ein ZDF für alle sein. Deshalb müssen auch alle Zugang zu unserem Programm haben. Barrierefreiheit ist keine Option, sondern ein Muss.“ Dieser Aussage folgt eine klare Verpflichtung, den Weg der Barrierefreiheit konsequent weiter zu verfolgen, um einen echten Mehrwert für das Publikum zu schaffen.

Vielfältige Kampagneninhalte

Die sowieso bis Mitte September laufende Kampagne umfasst eine Vielzahl an Maßnahmen, die Barrierefreiheit nicht nur theoretisch erklären, sondern sie aktiv erlebbar machen. Ein besonders bemerkenswerter Bestandteil ist ein barrierefreier Trailer, der sowohl im Fernsehen als auch online gezeigt wird.

Neben den traditionellen Ausstrahlungen wird dieser auch auf Video-Wänden in über 170 Städten zu sehen sein. Ziel ist es, das Bewusstsein der Öffentlichkeit für die Herausforderungen, vor denen Menschen mit Behinderungen stehen, zu schärfen.

Ein innovativer Ansatz innerhalb der Kampagne ist ein Trailer, der vollständig in Schwarzbild dargestellt wird, mit dem Slogan: „Hier gibt's nichts zu sehen. Aber zu hören.“ Dadurch wird verdeutlicht, wie sehbehinderte Menschen Inhalte vorrangig akustisch wahrnehmen. Diese kreative Umsetzung unterstreicht die Vielfalt der Lebensrealitäten, die von Inklusion betroffen sind.

Ein weiteres Highlight der Kampagne findet in der „Giovanni Zarrella Show“ am 24. August 2024 statt, bei der zwei gehörlose und eine schwerhörige Person mit speziellen „Soundshirts“ ausgestattet sind. Diese Shirts ermöglichen es den Aufmerksamkeit und die Emotionen der Musik durch vibrierende Sensoren zu spüren. Fernsehansichten wird hier die Möglichkeit gegeben, Eindruck darüber zu gewinnen, wie solche Technologien Menschen mit Hörbehinderungen eine gleichwertige Teilhabe ermöglichen.

Fokus auf Paralympics

Zusätzlich stehen die Paralympics, die am 28. August 2024 beginnen, im Mittelpunkt des ZDF-Programms. Das ZDF lenkt den Blick auf die Para-Leichtathletin Katrin Müller-Rottgardt und den Goalball-Nationalspieler Fabian Diehm, welche über die immense Bedeutung von barrierefreiem Fernsehen für die gesellschaftliche Teilhabe sprechen. Diese Perspektiven sind entscheidend, um die Integration von Menschen mit Behinderungen in die Medienlandschaft zu fördern.

Das ZDF selbst bietet bereits zahlreiche barrierefreie Inhalte an. Von Videos mit Untertiteln über Gebärdensprache und Audiodeskription bis hin zu klar verständlichen Angeboten, die auf einer speziellen Plattform auf der ZDF-Website gebündelt

sind, zeigt der Sender, dass Barrierefreiheit in vielen Formen existiert.

So spricht Daniel Kreutzenberger, der für die ZDF-Kommunikation zuständige Ansprechpartner, über die anhaltende Verpflichtung des ZDF, die Barrierefreiheit weiterhin in den Mittelpunkt zu rücken. Durch eine kontinuierliche Weiterentwicklung der entsprechenden Angebote möchte der Sender nicht nur die Benutzerfreundlichkeit verbessern, sondern auch ein stärkeres Bewusstsein innerhalb der Gesellschaft schaffen.

Ein Schritt in die richtige Richtung

Die laufende Initiative des ZDF verdeutlicht die wachsende Bedeutung von Inklusion und Barrierefreiheit in der Medienlandschaft. Die Vielfalt an Formaten und Technologien, die eingesetzt werden, um alle Menschen zu erreichen, ist nicht nur ein Fortschritt für den Sender, sondern ein positives Signal an die gesamte Branche, dass Barrierefreiheit in jeder Hinsicht eine Grundvoraussetzung sein sollte, um kulturelle Teilhabe zu gewährleisten. Diese Entwicklungen können möglicherweise einen tiefgreifenden Einfluss auf zukünftige Medienangebote haben und einen Standard für Inklusion setzen.

Die Relevanz von Barrierefreiheit in der Gesellschaft

Barrierefreiheit ist ein wesentliches Element, das es Menschen mit Behinderungen ermöglicht, an der Gesellschaft teilzuhaben. In Deutschland leben nach Angaben des Statistischen Bundesamtes etwa 7,9 Millionen Menschen mit einer Behinderung. Dies zeigt, dass Barrierefreiheit nicht nur ein Anliegen einer kleinen Gruppe ist, sondern viele Bürger und Bürgerinnen betrifft.

In einer inklusiven Gesellschaft ist es entscheidend, dass alle

Zugang zu Informationen, Freizeitaktivitäten und Dienstleistungen haben. Es entstehen Vorteile nicht nur für Menschen mit Beeinträchtigungen, sondern für die gesamte Gesellschaft. Barrierefreie Medien fördern das Bewusstsein für Diversität und schaffen eine empathische Umgebung, in der die Bedürfnisse aller berücksichtigt werden. Die ZDF-Kampagne betont genau diese Aspekte, um eine breitere Akzeptanz und Unterstützung in der Bevölkerung zu erreichen.

Gesetzliche Grundlagen der Barrierefreiheit

In Deutschland gibt es verschiedene gesetzliche Rahmenbedingungen, die Barrierefreiheit fördern. Das Sozialgesetzbuch (SGB) IX legt fest, dass Menschen mit Behinderungen ein Recht auf gleichberechtigten Zugang zu gesellschaftlichen und kulturellen Einrichtungen haben. Darüber hinaus verpflichtet das Bundesteilhabegesetz aus dem Jahr 2017 öffentliche Stellen zur Sicherstellung von Barrierefreiheit in ihren Angeboten. Diese gesetzlichen Bestimmungen unterstützen Initiativen wie die ZDF-Kampagne und unterstreichen die gesellschaftliche Bedeutung des Themas.

Des Weiteren gibt es die UN-Behindertenrechtskonvention, die die Grundsätze der Barrierefreiheit als Grundlage für die Selbstbestimmung und gesellschaftliche Teilhabe von Menschen mit Behinderungen festlegt. Deutschland hat dieser Konvention ratifiziert, was zusätzlichen Druck auf Institutionen wiederum auch auf Medienunternehmen wie das ZDF ausübt, Barrierefreiheit zu gewährleisten und umzusetzen.

Aktuelle Daten zur Barrierefreiheit im Medienbereich

Aktuelle Statistiken zeigen, dass der Bedarf an barrierefreien Inhalten immer mehr an Bedeutung gewinnt. Laut einer Umfrage der Aktion Mensch aus 2021 wünschen sich 56% der Befragten barrierefreie Informationen im Fernsehen und 73% sind der

Meinung, dass Medien für alle zugänglich gemacht werden sollten. Diese Zahlen unterstreichen das Interesse und die Notwendigkeit, die Medienlandschaft inklusiver zu gestalten.

Zudem hat eine Untersuchung der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein ergeben, dass nur 30% der Fernsehprogramme in Deutschland beispielsweise über Untertitel oder audiodeskribierte Inhalte verfügen. Das ZDF versucht durch gezielte Maßnahmen, diese Lücke zu schließen und zeigt damit Verantwortung für seine Zuschauerschaft zu übernehmen. Die Kampagne „Barrierefrei für alle“ ist ein Schritt in die richtige Richtung, um die Zahlen zu verbessern und eine breitere Akzeptanz für barrierefreies Programm zu fördern.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de