

# **Aktionsplan 2021-2023 Barrierefreier Content der MediaShop GmbH für den Sender MediaShop Meine Einkaufswelt**

## ***I. Einleitung und Ausgangslage***

Mediashop betreibt mit seinem Sender MediaShop Meine Einkaufswelt einen Teleshopping-Kanal, der mit Inkrafttreten der Novelle zum Audiovisuellen Mediendienste Gesetz (AMD-G) BGBl I Nr. 150/2020 verpflichtet ist, die Anforderungen an die Barrierefreiheit seiner Sendungen sukzessive zu verbessern. Die Maßnahmen zur Zielerreichung müssen in einem Aktionsplan festgehalten werden. Dieser Aktionsplan umfasst die drei aufeinanderfolgenden Jahre 2021-2023 und sieht laufende Verbesserungen für Seh- und Hör-Behinderte sowie für Menschen mit intellektueller Beeinträchtigung vor.

Der Sender Meine Einkaufswelt ist ausschließlich der Kategorie „Unterhaltung“ zuzuordnen, da 24/7 Verkaufs-Infomercials mit einem hohen Unterhaltungswert gesendet werden. Es erfolgt daher keine weitere Unterteilung in die anderen Sparten Information, Kunst und Kultur, Bildung und Sport.

### ***Unverhältnismäßige Belastung***

Unsere Infomercials werden ausschließlich nach kaufmännischen Gesichtspunkten produziert und ausgestrahlt und stehen in einer rigiden Kosten-Nutzen-Relation. Faktoren, die die Produktion von selbst gedrehten Infomercials maßgeblich verteuern, müssen ausgeschlossen werden, da sie unverhältnismäßig und in keiner Relation zur Erfüllung der Barrierefreiheit stehen.

Fremdproduziertes Material ist von einer nachträglichen Ausstattung mit barrierefreien Elementen gänzlich ausgeschlossen, da dieses von uns lediglich synchronisiert wird.

Die MediaShop GmbH sieht die Umsetzung der Barrierefreiheit als wichtige gesellschaftliche Verantwortung. Aufgrund des Alleinstellungsmerkmals, ein Teleshopping Kanal zu sein, sind bereits viele Elemente bekannt und im Einsatz, die jetzt schon für eine leichte Konsumierbarkeit des Senders sorgen (Beispiele: Bilder mit Inserts, Piktogramme, Schwarz/Weiß-Bilder, Animationen, viele Wiederholungen, einfache Sprache). Natürlich sind diese ausbaufähig und ist es auch in unserem Sinne, einer noch breiteren Bevölkerungsschicht unsere Angebote zugänglich zu machen. Wir werden daher in den nächsten Jahren Fokus auf die Gestaltung unseres Programmes mit barrierefreien Elementen legen.

## **II. Darlegung der Maßnahmen**

Der bewusste Umgang mit dem Thema barrierefreier Inhalte war bisher bei MediaShop noch wenig berücksichtigt. Dem soll durch die verstärkte Widmung dieser Themen und die im Folgenden dargestellten Maßnahmen entgegengewirkt werden.

### **Anhörung der Verbände**

Gemäß AMD-G wurden Vertreter:innen für Menschen mit Seh- und Hör-Beeinträchtigungen sowie für Menschen mit intellektuellen Beeinträchtigungen zum Aktionsplan angehört.

Die Ergebnisse und Erkenntnisse fanden Einzug in den Aktionsplan.

|             |  |           |
|-------------|--|-----------|
| Teilnehmer: | Pensionistenverband Bezirk Neunkirchen |           |
|             | Viktor Casny                           | Obmann    |
|             | Vera Moser                             | Kassierin |

|             |                        |   |
|-------------|------------------------|---|
| Teilnehmer: | Martin Ladstätter MA   | Bizeps Zentrum für Selbstbestimmtes Leben |
|             | Mag. Bernhard Bruckner | Behindertenrat                            |
|             | Emil Benesch           | Behindertenrat                            |
|             | Ing. Lukas Huber       | ÖGLB_Gehörlosenbund                       |
|             | Mag. Helene Jarmer     | ÖGLB_Gehörlosenbund                       |
|             | DI Doris Ossberger     | Blinden- und Sehbehindertenverband        |
|             | Melanie Zapletal       | Gebärdendolmetsch                         |
|             | Yilmaz Delil           | Gebärdendolmetsch                         |

### **Sustainable Development Goals**

Die Mediashop-Gruppe widmet sich gezielt dem Thema Sustainable Development Goals\* und hat sich dafür die Goodshares Consulting GmbH ([www.goodshares.at](http://www.goodshares.at)) als Partner ins Boot geholt. Unsere Kunden, Mitarbeiter und Partner hinterfragen immer kritischer, ob die Agenden eines Unternehmens im Sinne von Mensch und Umwelt sind. Erfolgreiche Geschäftsmodelle bauen auf drei Säulen auf: People – Planet – Profit.

Unser Ziel ist es, eine gesunde Balance dieser Ansprüche zu finden. 2021 starten wir deshalb diese Zusammenarbeit über die Dauer von mindestens 2 Jahren, um einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess für die Sichtbarmachung von nachhaltigem Unternehmertum bei Mediashop zu gewährleisten.

*\* Bei den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) handelt es sich um die globalen Ziele nachhaltiger Entwicklung, die im September 2015 auf der Generalversammlung der Vereinten Nationen (UN) von 193 Mitgliedsstaaten beschlossen wurden und im Jänner 2016 in Kraft getreten sind.*

### **III. Kennzahlen des Aktionsplans für die Jahre 2021-2023 bei Meine Einkaufswelt**

Gemessen an der gesamten Sendezeit von 525.600 Minuten wird für den Sender Meine Einkaufswelt im Zeitraum 2021 – 2023 folgender Ausbau des barrierefreien Angebots angestrebt:

| <b>Meine Einkaufswelt, Sendezeit 525.600 Minuten pro Jahr</b>                      | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Anteil des barrierefreien zugänglichen Programms am gesamten Programm (in Minuten) | 0           | 25          | 1 110       | 5 642       |
| Anteil des barrierefreien zugänglichen Programms am gesamten Programm (in %)       | 0,00%       | 0,005%      | 0,21%       | 1,07%       |

### **IV. Erklärung zu den Maßnahmen**

Zur Umsetzung der Barrierefreiheit auf MediaShop Meine Einkaufswelt werden folgende Maßnahmen gesetzt:

#### **Q1 - Q3/2021**

- Arbeitsgruppe „Barrierefreiheit“ wird aktiv, um Barrierefreiheit als breites Thema unternehmensweit etablieren zu können. Die interne Arbeitsgruppe (bestehend aus Marketing, Produktion, Media Management, Technik, Sendeplanung und Sendeabwicklung) soll den definierten Aktionsplan und die darin enthaltenen Maßnahmen koordinieren und umsetzen.
- Sustainability Taskforce gegründet mit einem Schwerpunkt auf SDG 8 – Decent Work and Economic Growth.
- Evaluierung der technischen und inhaltlichen Anforderungen, Workflows und Kosten in Zusammenhang mit dem Thema Barrierefreiheit

#### **Q4/2021 – Q1/2022**

- Erste technische und inhaltliche Veränderungen zum verstärkten Ausbau des barrierefreien Angebots
  - Aufstockung der technischen Bildqualität um 0.7 mbit mit dem Ergebnis einer besseren Lesbarkeit von Schriften, Grafiken und notwendigen Informationen wie Preisgestaltung und Bezugsquellen (Telefonnummern, url).
  - Umsetzung einer EPG Darstellung und Auslesung mit relevanten Produktinformationen am TV Gerät.
  - Lesbarkeit und Schlagwort-Untertitel: Vergrößerung von Schriften in den Infomercials und verstärkter Einsatz von das Bild beschreibenden Schlagwörtern in neu produzierten Infomercials.
  - Einbindung der Behindertenverbände bei der Evaluierung und beim – soweit inhaltlich möglich - Ausbau der einfachen Sprache in den Infomercials.
  - Einbringung einer Anzeige einer wesentlichen Programmänderung, um zusätzlich zu den 15- oder 30-minütigen Werbesendungen mit emotionalisierendem Content (Infomercials) weitere Programmelemente wie Programmtafeln, Station IDs und Trailer ausstrahlen zu können, die ebenso im Sinne eines barrierefreien Angebots eingesetzt werden können

## **Q2/2022 – Q1/2023**

- Verständliche Informationen kurz und einfach gehalten:
  - Verbesserte Orientierung mit Hilfe von neu eingeführten Station IDs und On Air Promotion Elementen
  - Einfache Sprache wird ausgebaut: MediaShop wird sich bemühen, Drehbücher und Scripts in Zukunft verstärkt auf Barrierefreiheit zu überprüfen, Fachausdrücke zu reduzieren und Abkürzungen besser zu erklären.
- Hörbarkeit/Audiodeskription
  - Einführung von Programmtafeln als sprechende Elemente: Geschriebenes/Lesbares wird auch gesprochen
  - Einführung von akustischen Telefonnummern: Infomercials zukünftig zum Teil mit gesprochenen Telefonnummern
- Untertitel: Einführung von Programmelementen und Informationsangeboten mit fix im Bildmaterial eingeblendeten Untertiteln

## **Q2/2023 – Q4/2023**

- Untertitel: Ausbau jener Programmelemente mit Untertiteln
- Gebärdensprache: Produktion von spezifischen Informationstrailern simultan in Gebärdendolmetsch übersetzt