



Immer etwas Neues.

**MediaShop GmbH**  
Schneiderstraße 1, Top 1  
2620 Neunkirchen  
Austria

Tel: +43 2635 90 160  
Fax: +43 2635 90 160 170  
office@mediashop-group.com  
www.mediashop.tv

## Jahresbericht 2021\_Barierefreier Content der MediaShop GmbH für den Sender MediaShop Meine Einkaufswelt

### I. Einleitung und Ausgangslage

Das Thema barrierefreier Inhalte war bisher bei MediaShop Meine Einkaufswelt noch wenig berücksichtigt. Daher hat der Sender im Ausgangsjahr 2020 noch keine Maßnahmen zur Barrierefreiheit gesetzt. Das Berichtsjahr 2021 stand daher, wie auch im Aktionsplan dargelegt, im Zeichen der Auseinandersetzung mit dem Thema sowie der Evaluierung inhaltlicher und technischer Möglichkeiten und erster relevanter Umsetzungen.

Die im Aktionsplan festgehaltenen Maßnahmen für das Berichtsjahr 2021 konnten erfolgreich umgesetzt werden.

#### Ausgangslage 2020

Meine Einkaufswelt, Sendezeit 525.600 Minuten pro Jahr	Gesamt	Untertitelung	Gebärden- dolmetsch	Audio- deskription	Einfache Sprache
2020	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%

### II. Anteil des barrierefreien zugänglichen Programms am gesamten Programm im Jahr 2021

Meine Einkaufswelt, Sendezeit 525.600 Minuten pro Jahr	Gesamt	Untertitelung	Gebärden- dolmetsch	Audio- deskription	Einfache Sprache
2021	28 0,01%	28 0,01%	0 0%	0 0%	0 0%

### III. Technische Umsetzung im Berichtsjahr 2021

- **Technische Qualität:** Die Bild-Qualität des Senders wurde im September 2021 von 1,3 mbit auf 2 mbit mit erheblichem Kostenaufwand aufgestockt. Dies hat dem Sender eine wesentlich bessere Lesbarkeit von wesentlichen Informationen (Schriften, Grafiken und Bestellmöglichkeiten) gebracht. Dies stellt die Basis für jegliche weiteren Maßnahmen dar.



Immer etwas Neues.

**MediaShop GmbH**  
Schneiderstraße 1, Top 1  
2620 Neunkirchen  
Austria

Tel: +43 2635 90 160  
Fax: +43 2635 90 160 170  
office@mediashop-group.com  
www.mediashop.tv

- **EPG Darstellung am Fernsehgerät:** Die Darstellung eines EPG's (Electronic Programm Guides) wurde im Dez. 2021 zur besseren Orientierung sowie zum Nachlesen von den wichtigsten Produktinformationen (Produktname, Kurzbeschreibung) gemeinsam mit dem techn. Anbieter „dmb GmbH deutsche mailbox“ eingeführt. Da der Sender MediaShop Meine Einkaufswelt über keine Teletext Funktion verfügt, stellt diese Maßnahme eine Basis-Navigationshilfe dar.

#### **IV. Gesetzte Maßnahmen im Berichtsjahr 2021**

- Die Arbeitsgruppe „Barrierefreiheit“ wurde aktiv, um Barrierefreiheit als breites Thema Unternehmensweit etablieren zu können. Diese setzte sich mit den gesetzlichen Anforderungen an Barrierefreiheit auseinander und leitete die ersten Schritte ein. Kontakte zu Behindertenorganisationen wurden geknüpft. Die interne Arbeitsgruppe (bestehend aus Marketing, Produktion, Media Management, Technik, Sendeplanung und Sendeabwicklung) trifft sich regelmäßig, um den definierten Aktionsplan und die darin enthaltenen Maßnahmen zu koordinieren und umzusetzen.
- Die MediaShop Sustainability Taskforce wurde 2021 ins Leben gerufen. Es wurden die für MediaShop relevanten SDG's definiert. Eines davon ist SDG 8 – Decent Work and Economic Growth. Konkrete Projekte, die das Unternehmen diverser und barrierefreier machen, wurden definiert und strategisch mit der Geschäftsleitung abgestimmt. Diese warten auf ihre Umsetzung im Jahr 2022. Parallel wird das Thema Sustainability kommunikativ begleitet und allen MediaShop Mitarbeitern nähergebracht.
- **Rechtliche Vorbereitungsschritte:**  
Vorbereitende Arbeit zur Einbringung einer Anzeige einer wesentlichen Programmänderung wurde getätigt, 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 - auch - im Sinne eines barrierefreien Angebots eingesetzt werden sollen. Die Programmanzeige wurde im Jänner 2022 eingebracht und mittlerweile seitens RTR genehmigt. Entsprechende Trailerkonzepte mit barrierefreien Inhalten sind unter Einbezug der Behindertenverbände in Ausarbeitung.
- **Inhaltliche Veränderungen zum verstärkten Ausbau des barrierefreien Angebots:**
  - **Verbesserte Lesbarkeit**
    - **Schriftgröße:** Die Schrift im Call-To-Action bei den Preisangaben, Versandkosten und Gültigkeit des Angebotes wurde 2021 vergrößert und ist daher ab sofort leichter lesbar.
    - **Kennzeichnung „Teleshopping“:** Seit Anfang April 2021 ist der Schriftzug „Teleshopping“ im Sinne einer verbesserten Lesbarkeit und deutlicheren Kennzeichnung prominenter platziert und größer dargestellt.



Immer etwas Neues.

**MediaShop GmbH**  
Schneiderstraße 1, Top 1  
2620 Neunkirchen  
Austria

Tel: +43 2635 90 160  
Fax: +43 2635 90 160 170  
office@mediashop-group.com  
www.mediashop.tv

#### *Exkurs:*

*Durch die Sonderstellung von MediaShop Meine Einkaufswelt als reiner Teleshopping Sender gibt es seit jeher On Air Elemente, die eine leichte Erfassbarkeit des Inhalts ermöglichen:*

- **Schlagwörter:** Begleitende Textinformationen (Schlagwörter) werden eingeblendet. Diese begleiten das Gesprochene mit einfachen Wortgruppen.
- **Piktogramme:** MediaShop arbeitet traditionell mit vielen Piktogrammen und Animationen, die die Handlung im Infomercial verstärken. Beispiel: „Aber Halt!“ (Stoppzeichen), durchgestrichene Szenen, die Negativ-Beispiele gut veranschaulichen,
- **Animationen** runden eine einfache Erfassbarkeit des Inhaltes ab. Diese liefern meistens die Erklärung zur Funktionsweise eines Produktes oder Wirkstoffes.
- **Farbeffekte:** Durch Schwarz-weiß Bilder vs. Farbbilder werden positive und negative Effekte deutlich hervorgehoben. Dies erklärt auch ohne Ton die Bedeutung des gezeigten Inhaltes. Schwarz/weiß=Negativ-Darstellung, Farbe: die Problemlösung.

- **Untertitelung/ begleitende Textinformationen:**

Im Zuge der Auseinandersetzung mit dem Thema Barrierefreiheit wurde der Bereich Schlagwörter als Basis für eine punktuelle optische Begleitung des Gesprochenen näher betrachtet.

Der Launch des Fitnessproduktes Kendox Rowshaper (Fitnessgerät) im Herbst 2021 wurde zum Anlass genommen, um bei der Postproduktion der Infomercials verstärkt auf den Einsatz von Schlagwörtern und bildbeschreibenden Texten zu achten und den Einsatz dieser bestmöglich und sinnhaft auszubauen. Funktionalitäten, die in Bildern gezeigt und verbal beschrieben werden, wurden demnach verstärkt parallel mit Texten bzw. Schriften untermauert. Diese Vorgehensweise wird bei der Produktion zukünftiger Infomercials beibehalten.

Diese „Beschlagwortung“ ist zwischen Untertitel, Audiodeskription und einfacher Sprache einzuordnen. In der Erstellung des Jahresberichts wurde diese dem Bereich Untertitel - punktuelle Untertitel direkt ins Bild integriert - zugewiesen. Es wurde nur angeführt, was im Vergleich zum regulären bzw. ursprünglich geplanten Status Quo mehr gemacht wurde.