



Landeszentrale für  
Medien und Kommunikation  
Rheinland-Pfalz

LMK | Turmstraße 10 | 67059 Ludwigshafen

An den  
Vorsitzenden des Ausschusses für Medien,  
Digitale Infrastruktur und Netzpolitik  
Herrn Joachim Paul, MdL  
Landtag Rheinland-Pfalz  
55116 Mainz

Anstalt des  
öffentlichen Rechts

Die Direktorin



08. November 2017  
scholz@lmk-online.de  
Durchwahl: - 224  
ds-et

- zu Vorlagen 17/1997/2015 -

## 12. Sitzung des Ausschusses für Medien, Digitale Infrastruktur und Netzpolitik am 19. Oktober 2017 – Barrierefreie Angebote im privaten Rundfunk

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,  
am 19. Oktober 2017 habe ich in der Sitzung des Ausschusses für Medien, Digitale Infrastruktur und Netzpolitik zu TOP 2 „Barrierefreie Angebote in Medien“ (Vorlage 17/1997) und TOP 3 „Barrierefreie Medien“ (Vorlage 17/2015) über die Entwicklung und den Status Quo der barrierefreien Angebote im privaten Rundfunk referiert. Wie in der Sitzung zugesagt, möchte ich Ihnen hiermit meine vorgestellte Präsentation zur Verfügung stellen.

Mit freundlichen Grüßen

Dorin Scholz  
Referentin Programmaufsicht  
Werbung / Programmanalyse

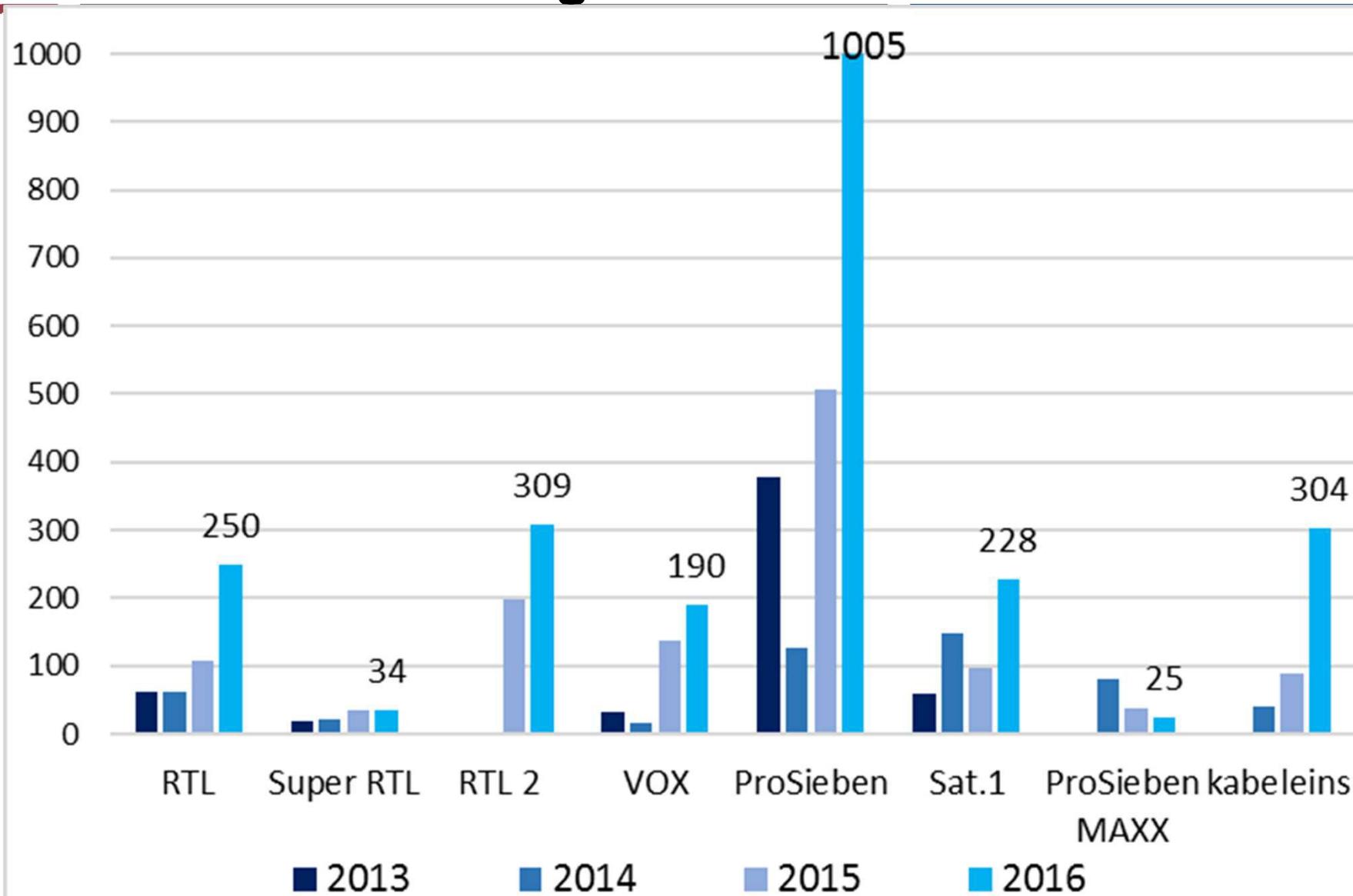
# Barrierefreie Angebote in Medien

Angebote im privaten Rundfunk

Die Veranstalter [...] **sollen** über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus **im Rahmen** ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote vermehrt aufnehmen.

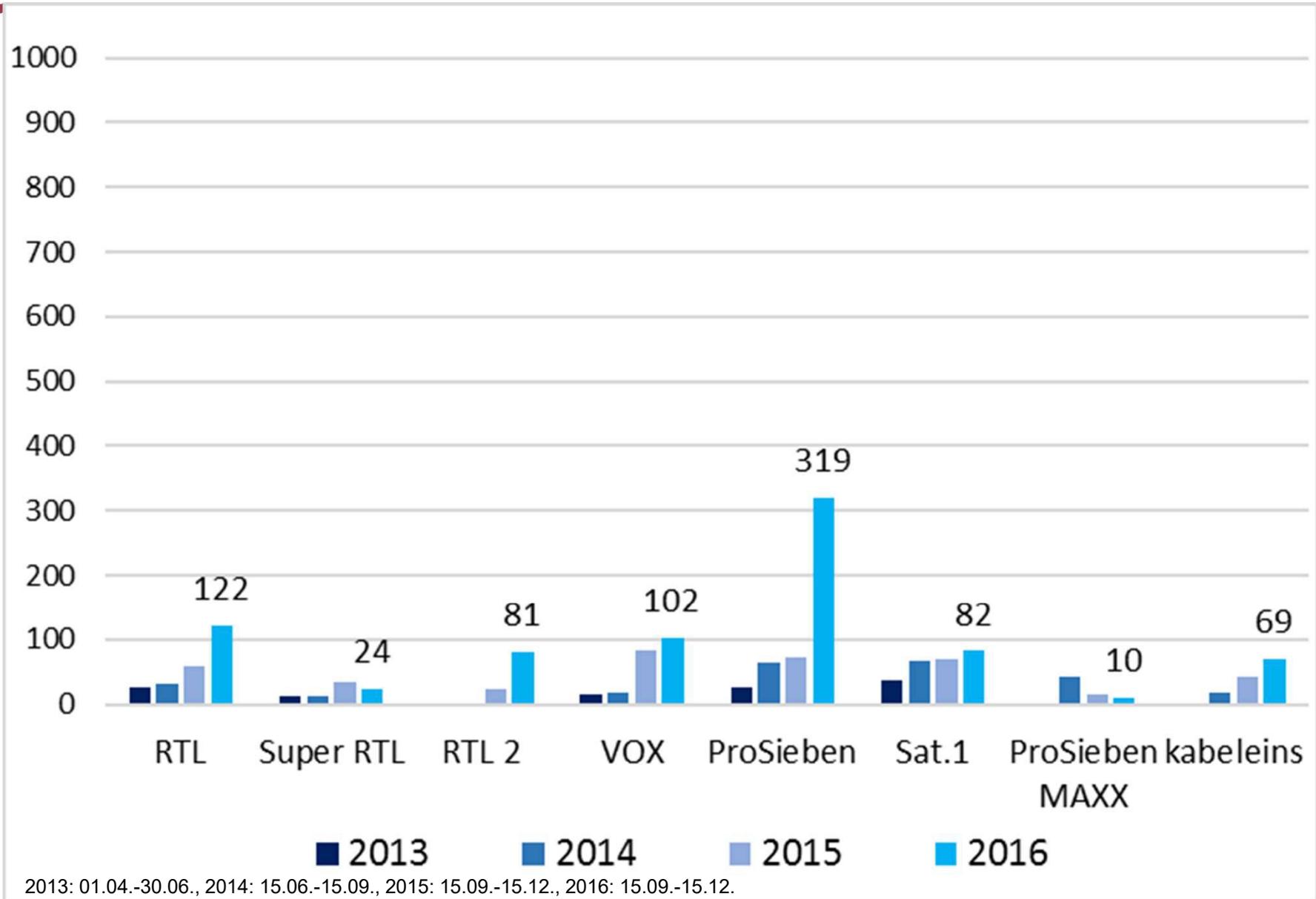
# Anzahl der Sendungen UT+sUT

LMK

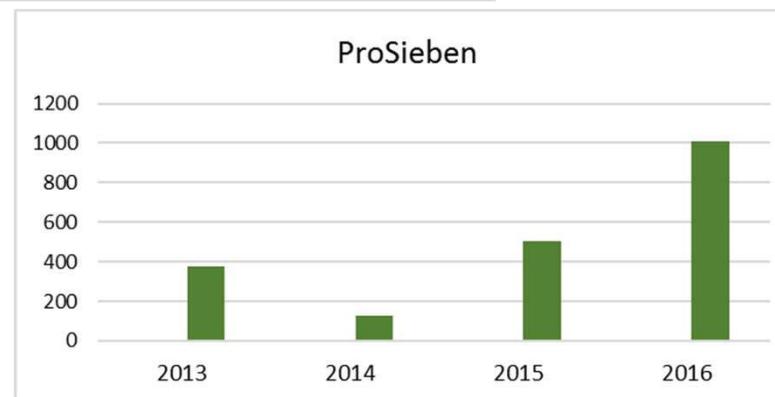
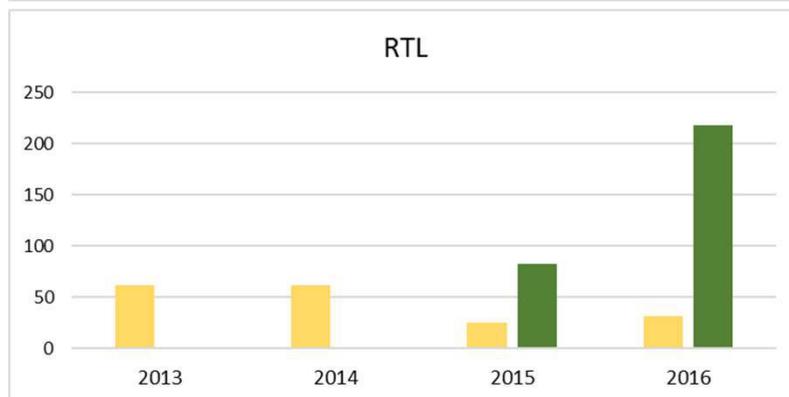
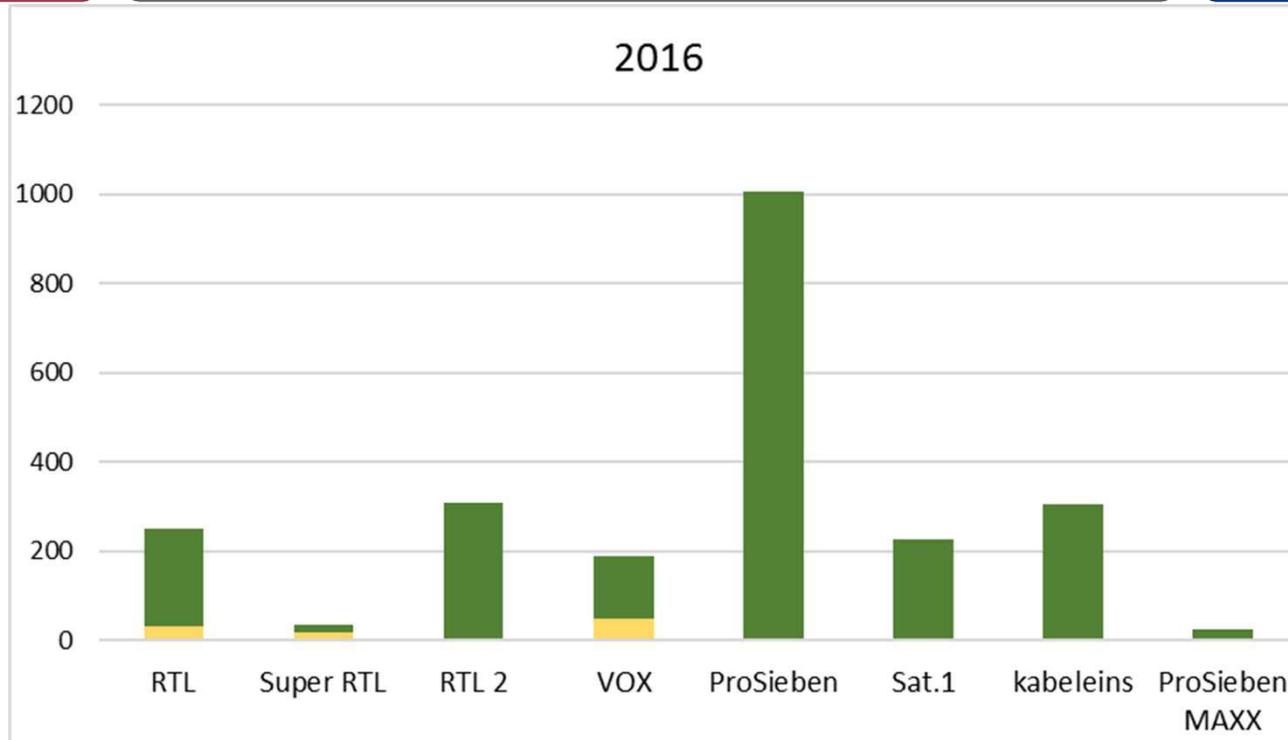


2013: 01.04.-30.06., 2014: 15.06.-15.09., 2015: 15.09.-15.12., 2016: 15.09.-15.12.

# Anzahl der Sendungen Primetime (18-22.59 Uhr) UT+~~S~~UT LMK

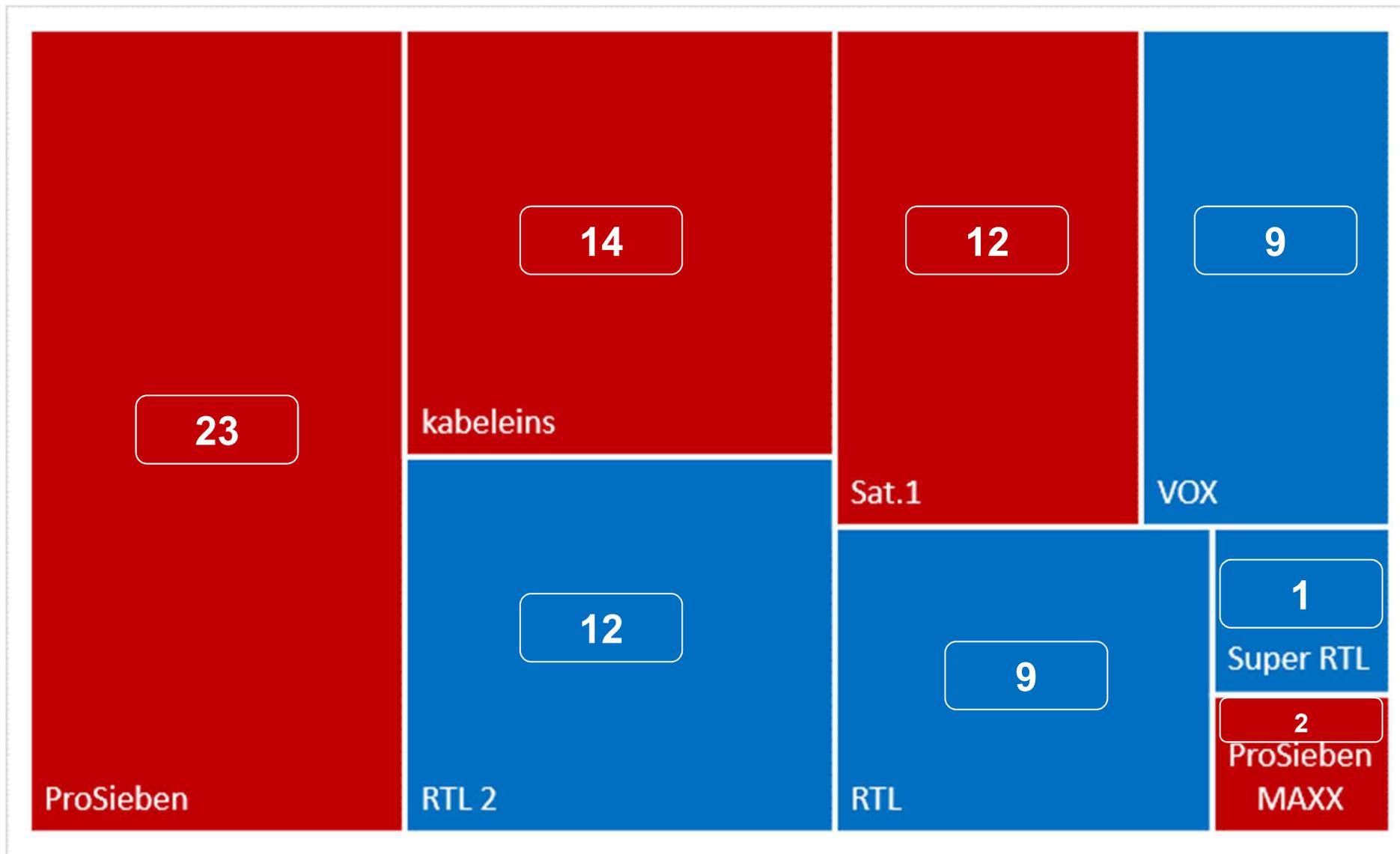


# UT vs. sUT



2013: 01.04.-30.06., 2014: 15.06.-15.09., 2015: 15.09.-15.12., 2016: 15.09.-15.12.

# Ø Anteil (%) der unvertitelten Min./Tag UT+sUT 2016 LMK



\*2016: 15.09.-15.12., Zahlen gerundet

# Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen LMK

Eine Studie der TU Dortmund und des Hans-Bredow-Instituts, gefördert von den Medienanstalten und der Aktion Mensch

- Fernsehen ist meistgenutztes Medium
  - Nutzungsmotive: „**Mitreden können**“, Information, Spaß und Entspannung
- Probleme: mangelnde Tonqualität, geringe Sprachverständlichkeit, Schwierigkeiten bei Gerätebedienung, Auffindbarkeit
- Marktpotenzial