



Produktion von audiovisuellen Medien und Barrieren-Reduktion

Kurz-Vortrag im DNGK-Webseminar
„Barrierefreie Kommunikation mit multimedialen Formaten“

18.10.2023

Simjon Radloff
Universitätsklinikum Freiburg
Sektion Versorgungsforschung und Rehabilitationsforschung und
Institut für Allgemeinmedizin

Inhalt

Überblick über den Ablauf des Vortrags

1. Spannungsfeld audiovisuelle Medien: **Sehen** und **Hören** um zu **verstehen**
2. Klassischer **Ablauf** beim Erstellen von audiovisuellen Medien
3. Mit welchen **Mitteln** kann man bei der Video-Produktion **Barrieren reduzieren**?
4. Fazit

Audiovisuelle Medien

Spannungsfeld von Mitteln und Zweck

Wir können ein audiovisuelles Medium sehen und hören, es besteht aus Bild und Ton.

→ **Mittel**

In der Gesundheits-Kommunikation soll das Erklärvideo Inhalte vermitteln, „rüberbringen“.

→ **Zweck**

Im Vordergrund des Mediums steht die **Information**, die kommuniziert werden soll.
Das Video mit all seinen Gestaltungsmöglichkeiten ist Mittel zum Zweck.

Beispiel

Bild „paraphrasiert“ Inhalt, soll ergänzen, erklären, visuell erfassbar machen – kein Bild des Bildes wegen.

Audiovisuelle Medien

Take-Home-Message



Botschaft kommt vor Gestaltung.

Die Botschaft ist stets wichtiger, als die Art, wie sie gestaltet ist.

Jede Entscheidung hinterfragen:

Zuerst: Ist damit das Verständnis gestärkt / erleichtert?

Dann: Wie gestalte oder erzähle ich es?

Inhalt

Überblick über den Ablauf des Vortrags

✓ Spannungsfeld audiovisuelle Medien: **Sehen** und **Hören** um zu **verstehen**

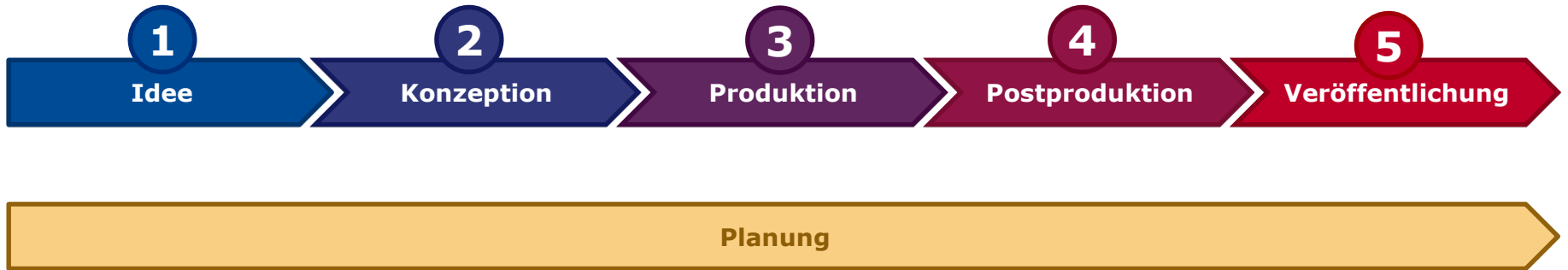
2. Klassischer **Ablauf** beim Erstellen von audiovisuellen Medien

3. Mit welchen **Mitteln** kann man bei der Video-Produktion **Barrieren reduzieren**?

4. Fazit

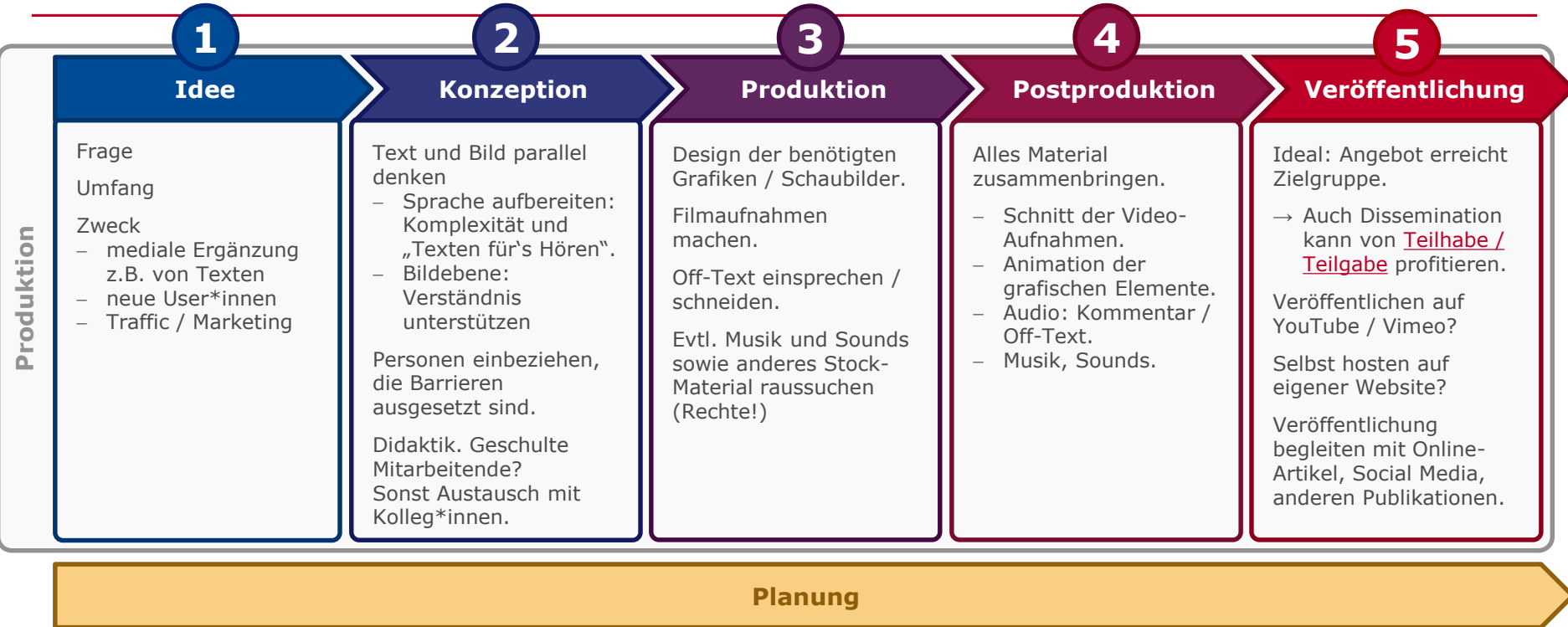
Ablauf Medienproduktion

Produktion in 5 Phasen plus Planung



Ablauf Medienproduktion

Produktion in 5 Phasen plus Planung



Planung Medienproduktion

Planung der Produktion: Zuordnung zu 5 Produktions-Phasen

1

Idee

2

Konzeption

3

Produktion

4

Postproduktion

5

Veröffentlichung

Planung

Projekt-Management

- Zeitrahmen
- finanzieller Rahmen
- Wer ist beteiligt?
- Wer hat welche Kompetenzen und Aufgaben?

Geschäftsführung /
Unternehmens-
kommunikation
frühzeitig einbinden.

Ausspielen in welcher
Form (z.B. HD / 4K)?

- Entsprechendes
Equipment
einplanen.

Eigenes Realbild

- Dreh vorbereiten
(Details siehe letzte
Folie).

Kein eigenes Realbild

- Sinnstiftende
Grafiken / Animation
selbst erstellen?
- Kann / muss man
Stock-Material
beschaffen?

Rechte der
abgebildeten Personen

- absprechen
- Einwilligung /
Unterschrift beim
Dreh einholen.

Nutzungsrechte klären

- Abbildungen
- Videoausschnitte
- Musik, Sounds

Nutzung oft abhängig
von geplanten
Ausspielwegen.

Im Schnitt: Videoformat
passend zu Ausspiel-
wegen wählen.

Ggf. Spezifika von
Social-Media beachten
(z.B. Insta-Reel vs.
YouTube-Video, ...).

Genug Zeit für
Korrekturschlaufen
einplanen

Mögliche Kosten

- Hosting / Webpace
 - Pro-Plans (etwa
Vimeo)
- Laufzeiten bedenken.

Soll für Verbreitung
Marketing betrieben
werden?

- Werbung schalten
- (bezahlte) Social-
Media-Posts?

Netzwerke und Multipli-
katoren aktivierbar?
Welche Vorlauf-Zeiten
braucht das?

Konzeption

Aufbereiten der Inhalte für die Form

Aufgabe der Konzeption: In Video neue Inhalte verständlich machen.

Wissenszuwachs → **Didaktik**

Dafür sollte man sich an der Zielgruppe orientieren, was z.B. die Punkte angeht

- Länge / Umfang (des Videos)
- Komplexität (der Sprache sowie der Inhalte)
- Haltung und Erzählstil (z.B. Ansprache, Tempo, Aufbereitung)
- Transportierte Identifikation (Sozialisation, Kultur): umgangssprachlich „abholen“

Konzeption: Mittel

Aufbereiten der Inhalte für die Form

Umformulieren

Erzählen

Darstellen

Priorisieren

Erklären

Vereinfachen

Beispiele

Entwicklung **iterativ**

→ mit Betroffenen, mit Kolleg*innen, mit Fachexpert*innen, mit Designer*innen

Von grober Idee zu konkreter Ausarbeitung der Texte und Darstellung im Ping-Pong arbeiten.

Texten für's Hören: Lesen ≠ Hören

Beim Hören kann ein Satz nicht erneut gelesen werden oder das Tempo verlangsamt werden.

- Einfache Sprache.
- Kurze Sätze.
- Aktiv formulieren.
- Fremdwörter meiden.
- Inhalte logisch aufeinander aufbauen.
- Wiederholungen nicht schlimm, oft sogar von Vorteil.
- Wichtige Information an Satzanfang.
- Earcatcher für den Einstieg, Abrunden für den Ausstieg.
- Personen einführen mit Funktion / Rolle, die kann man wieder aufgreifen.

Konzeption: Mittel

Aufbereiten der Inhalte für die Form

Umformulieren

Erzählen

Darstellen

Priorisieren

Erklären

Vereinfachen

Beispiele

Frage **Umfang**: Wie lang soll das Video werden?
abhängig von Zielgruppe, Ausspielwegen
(evtl. nur Teilaspekte abdecken und in mehrere Videos aufsplitten)

Abwägen: **Realbild** oder **Animation**?

Vorteil Real:

- Emotionen
- Identifikation
- Relevanz

Vorteil Animation:

- mehr Fokus auf Inhalte
- grafische Darstellung von Zusammenhängen, Abläufen, Abhängigkeiten etc.
- zeitlicher Aufbau, um Stück für Stück zu erklären

Ablauf Medienproduktion

Take-Home-Message



Konsequent durchgeführte Medienproduktion baut Barrieren ab.

Typische Werkzeuge der Medienproduktion (wie z.B. Zielgruppen-Orientierung oder „Texten für's Hören“) bauen, wenn sie konsequent angewendet werden, automatisch Barrieren ab.

Inhalt

Überblick über den Ablauf des Vortrags

✓ Spannungsfeld audiovisuelle Medien: **Sehen** und **Hören** um zu **verstehen**

✓ Klassischer **Ablauf** beim Erstellen von audiovisuellen Medien

3. Mit welchen **Mitteln** kann man bei der Video-Produktion **Barrieren reduzieren**?

4. Fazit

Barrierefreiheit?

Eine Illusion

Bedürfnisse sind unglaublich verschieden, Barrieren zahllos.
Es kann nur darum gehen, bestimmte Barrieren einzuschränken.

~~Barrierefreiheit~~

Barrierenreduktion

Zu Beginn einer Medienproduktion muss diskutiert werden:

- Welche Barrieren, welche Bedarfe bestehen?
- Welche Barrieren können reduziert werden? → Zugänge schaffen

→ Die Fragen sollten mit Menschen aus der Zielgruppe besprochen und bearbeitet werden.

Zumeist nötig zu priorisieren: Was hilft vielen und ist gut umsetzbar?

Barrieren abbauen im Medien-Design

Überblick konkreter Design-Mittel

Allgemeingültige Prinzipien für bessere Zugänglichkeit beinhalten

Wahrnehmbarkeit und **Verständlichkeit**

In der Medienproduktion können diese wie folgt gestärkt werden.

Wahrnehmbarkeit

- visuell gut erkennbar, gut lesbar: Schrift / Farbkontrast
- auditiv gut verständlich: Ton / Text / Mediensprechen

Verständlichkeit

- Komplexität von Sprache und Inhalten
- Verständnis-Barrieren meiden.

Vier Prinzipien der digitalen Barrierefreiheit

- Wahrnehmbarkeit
- Bedienbarkeit
- Verständlichkeit
- Robustheit (stabiler Zugang mit Hilfsmitteln)

Vier Prinzipien der digitalen Barrierefreiheit (vgl. [DIN 301549](#))



Wahrnehmbarkeit: Schrift

Mit welchen Design-Mitteln können Barrieren reduziert werden?

Die Darstellung von Buchstaben hat einen Einfluss darauf, wie gut sie erkannt werden können.

- Tolle Einführung mit Veranschaulichung, Interaktion und Font-Vorschlägen auf leserlich.info

Geometrisches Formprinzip Statisches Formprinzip Dynamisches Formprinzip

Schriften ohne Serifen (Grotesk)

Il α qeg Il α qeg Il α qeg I Illustrator Gill
Konstruierte Serifenlose (z. B. Futura) Klassizistische Serifenlose (z. B. Helvetica) Humanistische Serifenlose (z. B. Unit) 1 Illustrator Arial

Schriften mit Serifen (Antiqua)

Il α qeg Il α qeg Il α qeg 1 Illustrator Neue Frutiger 1450
Serifenbetonte Linear-Antiqua (z. B. Lubalin Graph) Klassizistische Antiqua (z. B. Bodoni) Renaissance-Antiqua (z. B. Garamond)

Permafrost Arial
Permafrost Neue Frutiger 1450

Beispieltext Permafrost

- Auch [Schriftgrößen-Rechner](#) zu finden (für verschiedene Anwendungsgebiete)

Hinweis: Beim [DBSV](#) finden sich auch Online-Prüftools für Zugänglichkeit (nach WCAG), sowie Kontakte zu blinden und sehbehinderten Testanwender*innen.

Bilder: leserlich.info vom Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband (DBSV)

Referenz: [Web Content Accessibility Guidelines](#) (WCAG)

Wahrnehmbarkeit: Ton



Mit welchen Design-Mitteln können Barrieren reduziert werden?

Ton-Aufnahmen müssen klar und gut verständlich sein, d.h.

- Texten für's Hören (siehe Folie 10).
- Technisch gute Audio-Qualität, also nicht verzerrt, verrauscht, hallig, zu weit vom Mikro, ...
- Keine Hintergrundgeräusche
- Mediensprechen
 - geschulte Sprecher*innen sind bspw. akzentfrei, wählen ein angemessenes Tempo, kennen Werkzeuge der Betonung, die das Verständnis erleichtern.
 - Kosten: in der Regel mittlerer dreistelliger Bereich (je nach Umfang und Anforderungen)
 - gut für Verständnis und professionelle Wirkung
 - lohnt sich zumeist auch im Vergleich zu mittlerweile bereits recht guten KI-Stimmen
- Musik: Wenn unter der Stimme Musik ist, besser sehr leise (min. 18 dB unter Stimme) oder bspw. nur an Stellen, wo allgemeine / weniger komplexe Informationen vermittelt werden

Wahrnehmbarkeit: Farb-Kontraste



Mit welchen Design-Mitteln können Barrieren reduziert werden?

Mit erhöhtem Farbkontrast fällt es leichter, Texte zu lesen oder grafische Elemente zu erkennen (generell, aber besonders für Menschen mit Sehbeeinträchtigung / Farbenblindheit).

Tools wie der [Adobe Color Contrast Checker](#) können zum Testen und Verbessern der vorgesehenen Farben verwendet werden (Englisch).

The screenshot shows the Adobe Color Contrast Checker interface. At the top, there are two color pickers: 'Text Color' with hex code #004C95 and 'Background Color' with hex code #BE172B. Below these are sliders for adjusting the colors. The 'Contrast Ratio' is displayed as 1.36 : 1, which is below the required 5.0:1. A 'Recommendations' section shows 'Contrast Suggestions' with a blue and red bar and the text 'Apply Contrast Ratio 5.0:1'. Below this, there are three preview panels: 'Regular Text' (text: 'A high color contrast makes anything easier to read'), 'Large Text' (text: 'A high color contrast makes anything easier to read'), and 'Graphic Components' (icons: a square, a circle, and a triangle). Each panel has a 'Fail' indicator below it, indicating that the contrast ratio is insufficient for that use case.

Tipp, wenn bspw. nur RGB-Werte für die Farben vorliegen:

- W3Schools oder Google bieten schnelle Online-Umrechnung
- [w3schools](#) oder „rgb to hex“ googlen
- direkte Umrechnung u.a. zu hexadezimalen Werten möglich (auch für HTML)

The screenshot shows a color conversion tool interface. It has a section 'Enter a Color:' with a text input field containing '004C95' and a color swatch. Below this are several rows of input fields for different color models: RGB (00, 76, 153), HSL (222, 75, 50%), CMYK (0, 40, 50), Lab (38, 20, 20%), XYZ (10, 10, 10), and HSV (222, 60, 60%). There is also a 'Hex' field with the value '004C95' and a 'Color Picker' button.

Wahrnehmbarkeit: Farb-Kontraste



Mit welchen Design-Mitteln können Barrieren reduziert werden?

Nimmt man den Vorschlag an,

- erhöht sich das Kontrast-Verhältnis auf $>5:1$
- werden die Tests in unterschiedlichen Fällen alle bestanden (Kriterien nach [WCAG](#))

Auch [Tools für verschiedene Arten der Farbenblindheit](#) sind bei Adobe zu finden.

The screenshot displays the Adobe Contrast Checker interface. At the top, 'Text Color' is set to #004C95 and 'Background Color' is set to #FFB3B6. The resulting 'Contrast Ratio' is 5.01:1, marked with a green checkmark. Below this, there are sliders for adjusting the colors. The 'Preview' section shows three examples: 'Regular Text' (small text on a pink background), 'Large Text' (large text on a pink background), and 'Graphic Components' (three shapes on a pink background). Each example is accompanied by a green checkmark and a 'Pass' status, with specific WCAG criteria listed below each. On the right side, there are sections for 'Recommendations', 'Contrast Suggestions' (showing a blue and pink bar with 'T' and 'Apply' button), and 'Set a Contrast Ratio'. A note at the bottom right states: 'Make your design as inclusive as possible with Adobe's Contrast Checker. This tool lets you quickly verify that the contrast ratio of text and background color combinations meet the standards of the Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). You can instantly evaluate the contrast ratio by entering the foreground and background colors.'



Verständnis: Text / Bild

Mit welchen Design-Mitteln können Barrieren reduziert werden?

Im Journalismus wird von „Text-Bild-Schere“ gesprochen, wenn Text (z.B. gesprochen) nicht zum Gezeigten passt.

Beispiel

Der Schweizer Verteidigungs-Minister wird aus Interview zitiert mit:

„Meine Vision ist eine Schweizer Armee, die ernst genommen wird.“

Darstellung mit überdimensioniertem Taschenmesser wirkt dagegen nicht ernstzunehmend, im besten Fall humoristisch.

→ Klarer Widerspruch zwischen Text und Bild

Text-Bild-Schere: Journalistikon.de, 02.12.2019

Interview Schweizer Verteidigungsminister: Migros Magazin 18.04.2017





Verständnis: Text / Bild

Mit welchen Design-Mitteln können Barrieren reduziert werden?

Bereits kleine Abweichungen / Irritationen lenken ab und erschweren das Verständnis der Erklärvideo-Inhalte (während es ja weiter läuft → „zeitbasiertes Medium“).

Grün

Gelb

Blau

Bebilderung (Bewegtbild, Fotos, Animationen / Grafiken) sollte zum Gesagten passen

- Inhaltlich
- Zeitlich

Sonderfall: Bildschirm-Texte

Vorsicht, wenn nicht nur gesprochenes Wort erklingt, sondern auch Text zu lesen ist.

- Entweder genaue Übereinstimmung der beiden Texte (Vorlese-Effekt).
- Oder zeitlich separieren – bspw. zuerst nur Audio, dann nur Bildschirmtext – damit beides getrennt voneinander erfasst werden kann.

Barrieren abbauen

Take-Home-Messages



Es gibt keine Barriere-Freiheit, nur Barrieren-Reduktion.

Vollständige Barrierefreiheit ist eine Illusion, da nie alle Barrieren komplett abgebaut werden können.

Gezielt entscheiden, welche Zugänge möglich sind, die dabei viele erreichen.



Mit Betroffenen statt für Betroffene.

Wer Zugänge schaffen will, muss Betroffene einbeziehen. Sie kennen ihre Bedarfe am besten.

Schritte wie Konzeption, Produktion oder Verbreitung können profitieren – und damit das Gesamt-Produkt.

Inhalt

Überblick über den Ablauf des Vortrags

- ✓ Spannungsfeld audiovisuelle Medien: **Sehen** und **Hören** um zu **verstehen**
- ✓ Klassischer **Ablauf** beim Erstellen von audiovisuellen Medien
- ✓ Mit welchen **Mitteln** kann man bei der Video-Produktion **Barrieren reduzieren**?

4. Fazit

Fazit

Vorteile von Erklärvideos für barrierenarme Kommunikation

Videos erreichen anders als bspw. (Fach-) Artikel.

Andere **Zielgruppen**, z.B.

- Jüngere
- Menschen, die kognitiv oder sprachlich Schwierigkeiten haben (auch bspw. Fremdsprache)
- Menschen, die schlicht keine Zeit oder Lust haben, sich mit Geschriebenem zu beschäftigen.

Auf andere **Art** und **Weise**

- u.a. gleichzeitige Darbietung von Bildern und Text (Hören und Lesen)
- Ermöglicht verbesserte Auffassung für alle.
- Kann neue Zugänge schaffen.

Vorteile von Barrierenabbau bei der Videoproduktion

- spitzere Zielgruppe
- diversere Zielgruppe
- im Endeffekt größere Zielgruppe

→ **Teilhabe / informierte Entscheidungsfindung**

Vielen Dank für's Zuhören

Take-Home-Messages im Überblick



Botschaft kommt vor Gestaltung.



Konsequent durchgeführte Medienproduktion baut Barrieren ab.



Es gibt keine Barriere-Freiheit, nur Barrieren-Reduktion.



Mit Betroffenen statt für Betroffene.

Dreh-Vorbereitung (Zusatz)

Wichtige Planung für den Tag der Medienproduktion

Wenn der Dreh selbst durchgeführt wird, muss einiges vorbereitet werden.

Technik

- Kamera (eine oder mehrere)
- Mikrofon (eines oder mehrere)
- Licht

Personal

- Mindestens Kamera, bestenfalls auch gesonderter Ton-Mensch
- Redaktion: Inhalt
- Regie / Aufnahmeleitung: Organisation

Protagonist*innen

- In Vorab-Gesprächen die Eignung von evtl. Interview-Partner*innen prüfen: Ist er*sie etwa inhaltlich bewandert, sprachlich-rhetorisch gewandt? Werden Aussagen klar, stringent und nachvollziehbar formuliert?
- Bei Schauspiel: Eignung für den Zweck bedenken (Schauspiel-Künste). Abbild der Zielgruppe für bessere Identifikation.
- Einwilligungen der Abgebildeten und Unterschrift beim Dreh einholen.

Geeigneter Drehort

- Innen: genug Platz, bestenfalls Möglichkeit, Tageslicht-Schwankungen zu vermeiden (und trotzdem zu lüften! Drehtage können lang und anstrengend werden.)
- Außen: ohne Unbeteiligte, die durchs Bild laufen oder deren Rechte man erfragen müsste, ruhige Umgebung (Ton), beständiges Wetter (wegen Licht: bestenfalls leicht bewölkt, wegen Ton: wenig Wind, wegen Technik: kein Regen), bestenfalls auf Privateigentum von Beteiligten (etwa Innenhof des Instituts)
- Wenn Interview-Situation: Vorher Platz suchen, Licht installieren, Stuhl richten. Nach Möglichkeit Interviewpartner*in vorher mit Ansteck-Mikro verkabeln oder sonst „angeln“. Wenn das nicht geht, Interview-Mikro hin und her richten (besser nicht aus der Hand geben).
- Hintergrund: ansprechend aber ruhig, nicht ablenkend (möglichst keine Bewegung, eher einfarbig, unscharf), passend zu Rolle im Video – z.B. Arzt-Zimmer für Arzt*Ärztin oder klassisch vor Bücher-Regal für Forscher*in, auch Zimmerpflanzen machen sich gut, manchmal sind Roll-Ups Vorgabe oder hilfreich.

Ggf. Genehmigungen, v.a. wenn Dreh bei Dritten passiert, aber auch im eigenen Haus bedenken.