



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Herausforderungen in der interlingualen Untertitelung für
Informationsmedien

verfasst von | submitted by

Victoria Schwendenwein BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2026

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 070 331 345

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Translation Deutsch Französisch

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Mag. Dr. Klaus Kaindl

Danksagung

Meine Familie hat mir den Grundsatz „Geht nicht, gibt’s nicht“ mit auf den Weg gegeben, der mir auch während des Masterstudiums beim Überwinden so mancher Hürde den notwendigen Antrieb gegeben hat. Insbesondere geht mein Dank an meine Eltern – für die durchgemachten Nächte, in denen ihr mich abgeprüft habt, für die Taxi-Dienste, wenn Deadlines knapp wurden, für all die Stunden, die ihr investiert habt, um meine Arbeiten, und nicht zuletzt auch diese Masterarbeit, Korrektur zu lesen. Am meisten aber bin ich euch dafür dankbar, dass ihr nie „Nein“ gesagt habt, wenn ich die Welt entdecken wollte.

Mein großer Dank gilt meinem Mann, der mich stets dazu ermutigt hat, an diesen Abschluss zu glauben. Du bist nicht nur mein persönlicher Tech-Support, sondern warst in den letzten Jahren meine größte Stütze, wenn die Zweifel groß waren und der Weg lange schien.

Ein Dank geht an meinen Sohn. Du hast mir meinen Ansporn zurückgegeben. Ohne dich hätte mir das Abfassen dieser Arbeit nur halb so viel Freude bereitet.

Meinen akademischen Werdegang maßgeblich beeinflusst haben zwei Frauen, die zu wahren Mentorinnen geworden sind: OStR Mag. Elisabeth Scholz und Dr. Helga Lion. Merci de m'avoir fait découvrir le plaisir des langues et des cultures ! ¡Gracias por abrirme los ojos a lo variado y bonito que es el mundo de la traducción!

An dieser Stelle möchte ich mich auch besonders bei Univ.-Prof. Mag. Dr. Klaus Kaindl für die Betreuung dieser Arbeit bedanken, sowie für das sachliche Feedback und die Geduld während des Masterarbeitsprozesses.

Ein Herzliches Dankeschön geht zudem an meine Interviewpartner*innen.

Am Ende dieser Danksagung möchte auch an die Menschen denken, die meinen Weg geprägt haben, das Ende dieses Masterarbeitsprozesses aber leider nicht mehr erleben konnten. Danke, dass ihr ein Teil meines Lebens wart.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	7
0 Einleitung	8
1 Die Funktionale Übersetzung	10
1.1 Die kommunikative Handlung	11
1.2 Der Handlungsrahmen	14
1.2.1 Der Skopos	16
1.2.1.1 Die Skoposregel	17
1.2.1.2 Text als Informationsangebot	18
1.2.1.3 Kohärenz, Äquivalenz und Adäquatheit	19
1.2.1.4 Die Erweiterung des Skoposbegriffes (Prunč)	21
1.2.2 Botschaftsträger im Verbund	23
1.2.3 Die Expertise in der Handlung	24
1.2.4 Selbst- und Fremdbild	26
1.3 Umgang mit Texten	27
1.3.1 Texttyp und Textfunktion	28
1.3.2 Loyalität und Ethik im Umgang mit Texten	30
1.4 Multimodalität und Übersetzung	31
1.4.1 Multimodale Ansätze	31
1.4.2 Translatorisches Handeln im multimodalen Raum	33
2 Interlinguale Untertitelung im Rahmen der audiovisuellen Translation	36
2.1 Der Begriff <i>audiovisuelle Translation</i>	36
2.2 (Interlinguale) Untertitelung: Forschungsüberblick	37
2.2.1 Definitorische Merkmale	37
2.2.2 SDH-Untertitelung	40
2.2.3 Fansubbing	41
2.2.4 Projekt- und Prozessforschung	43

2.2.5	Qualität	43
2.2.6	Untertitel in der Lehre	44
2.2.6.1	Sprachenlehre	45
2.2.6.2	E-Learning mit Untertiteln	46
2.2.7	Untertitelung in der Übersetzungslehre.....	46
2.3	Historische Einbettung	47
2.3.1	Technologische Entwicklungen	48
2.3.2	Auswirkungen auf die Untertitel-Forschung.....	49
2.3.3	Veränderter Medienkonsum.....	50
2.4	Anforderungen an den Untertitelungsprozess	52
2.4.1	Von der Mündlichkeit zur Schriftlichkeit	53
2.4.2	Technische Prozesse.....	54
2.4.3	Tool-Kompetenzen.....	55
2.4.4	Templates und Pre-Spotting	58
2.5	Heterogene Zielgruppe(n)	59
3	Barrierefreie Kommunikation	64
3.1	Definition	64
3.2	Barrieren erkennen	66
3.2.1	Kommunikationsbarrieren.....	68
3.2.2	Kommunikationseinschränkungen	70
3.2.2.1	Arten von Perzeptionseinschränkungen	70
3.2.2.2	Verständniseinschränkungen	71
3.2.3	Barriereindex.....	73
3.3	Strategien zum Abbau von Kommunikationsbarrieren.....	74
3.3.1	Sprachliche Strategien.....	75
3.3.2	Mediale Strategien.....	76
3.3.3	Konzeptuelle Strategien	78
3.4	Translation und Inklusion in der Mediennutzung	78

3.4.1	Media Accessibility	79
3.4.2	Access to content.....	81
3.4.3	Access to creation.....	82
4	Forschungsmethode und Untersuchungsmaterial.....	85
4.1	Nicht kommerzielles TV in Österreich	86
4.1.1	ORF	86
4.1.1.1	Gesetzlicher Auftrag.....	86
4.1.1.2	Service- und Erklärformate	88
4.1.2	OKTO TV	89
4.1.2.1	Gesetzliche Rahmenbedingungen	90
4.1.2.2	Informations- und Erklärvideos.....	90
4.2	Auswahlentscheidungen im Forschungsprozess	91
4.2.1	Sampling.....	91
4.2.2	Interviews in der qualitativen Sozialforschung.....	92
4.2.3	Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2022)	94
4.2.3.1	Entwicklung der qualitativen Inhaltsanalyse.....	94
4.2.3.2	Kategoriensysteme	95
5	Methodik und Datenerhebung.....	97
5.1	Datenerhebung mittels Leitfadeninterviews.....	97
5.2	Auswahl der Interviewpartner*innen	97
5.3	Dokumentation und Aufbereitung der Interviews.....	99
5.4	Auswertungsverfahren mittels Kategorien.....	101
6	Diskussion der Ergebnisse	106
6.1	Akademisches Fachwissen	106
6.2	Berufliche Qualifikation.....	107
6.3	Zuständigkeitsbereich.....	108
6.4	Arbeitsumfeld.....	108
6.5	Bewertung von AVT-Formaten	109

6.6	Zusammenarbeit Redaktion und Untertitelung	110
6.7	Zielgruppen-Festlegung	111
6.8	Zielgruppen-Wissen	111
6.9	Zielgruppen-Orientiertheit	112
6.10	Interaktion mit der Zielgruppe	113
6.11	Übersetzungsentscheidungen	114
6.12	DaF/DaZ-Lernende	114
6.13	Verständlichkeit	115
6.14	Teilhabe	115
6.15	Institutionelle Vorgaben und Leitlinien	116
6.16	Ökonomie	117
6.17	Technische Vorgaben	118
6.18	Technische Tools und KI	118
7	Schlussfolgerung und Ausblick	120
	Bibliografie	123
	Anhang	134
	Anhang I: Interviewleitfaden	134
	Anhang II: Interviews	135
	Interview T1 und T2	135
	Interview T3	147
	Interview T4	156
	Interview T5	165
	Interview T6	175
	Interview T7	180
	Interview T8	189
	Abstract	193

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Barriereindex nach Rink.....	74
---	----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Interviewpartner*innen	99
Tabelle 2: Kodierleitfaden.....	101

0 Einleitung

Ohne Barrierefreiheit ist eine gleichberechtigte Teilhabe undenkbar. (Sieger 2020: 13)

Wie sich Kommunikation gestaltet, hängt von den jeweiligen Bedürfnissen der Zielgruppe ab. Eine wesentliche Barriere im Empfang von Informationen stellt dabei die Sprache dar. Dieser Realität stellen sich Medienschaffende jeden Tag. Sie sind dabei auch mit der Tatsache konfrontiert, dass Menschen Nachrichten und wichtige Informationen pauschal nicht mehr über klassische Medien wie Zeitungen oder lineare Television konsumieren, sondern überwiegend multimediale Angebote nutzen. Dazu gehören auch Beiträge in den Sozialen Medien, wo Videocontent in Form von Kurzvideos und in Kombination mit Untertiteln zum Alltag geworden ist. Gleichzeitig verlangen User*innen durch die Entwicklungen der multiplen globalen Krisen (Pandemien, Kriege) verstärkt nach mehrsprachigen Informationen. Medienhäuser haben darauf mit Erklärvideos reagiert, um im Sinne eines besonderen Informationsinteresses niederschwellig relevante Informationen wiederzugeben. Dies geschieht auch unter dem Einsatz von künstliche Intelligenz-Anwendungen (KI). Es geht also darum, wie man möglichst effizient Wege schaffen kann, um möglichst viele Menschen mit für das alltägliche Leben relevanter Information zu erreichen – vor allem dann, wenn Menschen mit einer anderen Erstsprache als der Amtssprache auf diese Information angewiesen sind, aber unterschiedlichste Zielgruppen-Bedürfnisse erfüllt werden müssen. Dies führt zur Annahme, dass in klassischen Medienhäusern in Österreich, unabhängig ihrer Größe beziehungsweise Reichweite, die Zielgruppen für interlinguale Untertitelung kaum beziehungsweise nicht erfasst werden, weil den Unternehmen dazu finanzielle Mittel fehlen. Dies wiederum verursacht, dass akademisch in dem Fach ausgebildete Untertitler*innen nicht von Beginn an in die Gestaltung von interlingualen Beiträgen eingebunden werden, wodurch Redaktionen ein Mehraufwand entstehen kann. Es stellt sich damit die Frage: Welche Herausforderungen bergen interlinguale Untertitel in Erklärvideos von Informationsmedien?

Um diese Frage zu beantworten, befasst sich die vorliegende Masterarbeit mit der audiovisuellen Translation und stellt den bislang eher wenig berücksichtigten Bereich der interlingualen Untertitelung bei Informationsmedien dar, der sich an der interdisziplinären Schnittstelle zwischen Translations- und Medienwissenschaft beziehungsweise Publizistik befindet. Das Ziel der dieser Arbeit zu Grunde liegenden Untersuchung besteht konkret darin, zu erfassen, welchen Herausforderungen die Zielgruppenarbeit an dieser Schnittstelle unterliegt. Im Fokus steht dabei eine Zustandsanalyse beim öffentlichen und beim nicht kommerziellen Rundfunk in Österreich.

Die Masterarbeit gliedert sich in sieben Kapitel. Im ersten Kapitel wird der theoretische Rahmen erfasst: Dargestellt wird die funktionale Translationstheorie nach Reiß und Vermeer (1984) sowie die Theorie des translatorischen Handelns, die von Holz-Mänttari (1984) begründet und später von Nord und Prunč weiterentwickelt wurde. Abgerundet wird dieser theoretische Rahmen durch einen kurzen Überblick über das Translatorische Handeln im multimodalen Raum.

Im zweiten Kapitel erfolgt die Fokussierung auf die audiovisuelle Translation im Allgemeinen und die interlinguale Untertitelung im Speziellen. Nachdem die Entwicklungen des Fachbereiches innerhalb der Translationswissenschaft dargestellt werden, erfolgt ein Überblick über weitere audiovisuelle Produkte. Hauptteil dieses Kapitels ist die detaillierte Beschreibung der für diese Arbeit relevanten audiovisuellen Translation, nämlich der interlingualen Untertitelung und ihrer Abgrenzung zu anderen Untertitelungsformen wie der Untertitelung für Hörgeschädigte, auch als SDH bekannt.

Mehrsprachige Untertitel sind auch ein Mittel um Kommunikationsbarrieren abzubauen. Daher widmet sich das dritte Kapitel dem komplexen Bereich der Barrierefreien Kommunikation, wobei zunächst auf die Grundlagen eingegangen wird, ehe das Verhältnis zur Translation beleuchtet und die „Media Accessibility“ näher erfasst werden.

Im vierten Kapitel erfolgt eine Hinführung zu Methode und Untersuchungsmaterial für diese Arbeit, im fünften Kapitel wird die Methode angewandt. Es handelt sich dabei um einen qualitativen Forschungsansatz, der mittels teilstrukturierter Interviews und der Inhaltsanalyse nach Mayring (2022) eine Momentaufnahme in zwei Medienhäusern – dem öffentlich-rechtlichen ORF und dem Community Sender OKTO TV – ermöglicht. Anschließend – im sechsten Kapitel – folgt die Diskussion der aus den Interviews hervorgegangenen Ergebnisse, welche mittels eines deduktiven Kategorisierungssystems ausgewertet werden.

Die Schlussfolgerungen im letzten Kapitel ergeben sich aus den Erkenntnissen des theoretischen Teils der Arbeit sowie der Inhaltsanalyse. Daraus sollen Empfehlungen für die künftige Entwicklung der Untertitelung im Spannungsfeld der Informationsmedien an der Schnittstelle zwischen Translations- und Medienwissenschaft beziehungsweise Publizistik abgeleitet werden.

Der Interviewleitfaden sowie die vollständigen Transkripte der für die Arbeit herangezogenen Interviews sind im Anhang einzusehen.

1 Die Funktionale Übersetzung

Die Übersetzungswissenschaft hat sich in den vergangenen drei Jahrzehnten zu einem stark interaktiven Feld gewandelt, das durch den Einsatz sich stetig verändernder Technologien geprägt ist (Risku 2016: 5). Vor allem die Digitalisierung und Mediatisierung von Kommunikation hat die Praxis nachhaltig verändert und dazu geführt, dass der Bereich der audiovisuellen Translation zu einem bedeutenden Tätigkeits- und Forschungsfeld in der Übersetzungswissenschaft herangewachsen ist, zumal die Produktion non-fiktionaler Inhalte stetig wächst (Künzli 2024: 116). Solche non-fiktionalen Inhalte finden sich unter anderen auch im Nachrichtenjournalismus wieder, dem etwa Bertolaso (2025) zahlreiche Parallelen zur Übersetzungswissenschaft zuschreibt. Journalist*innen sieht er als Translator*innen, die die Komplexität der Welt für die Rezipient*innen ihrer Inhalte *über-setzen* (2025). Durch die rasanten Veränderungen der vergangenen Jahre haben sich – wie in der Translationswissenschaft – auch im Journalismus neue Herausforderungen gezeigt. Besonders in den Fokus gerückt ist dabei die Frage, mit welchen Handlungen das Publikum (noch) erreicht werden kann, oder in anderen Worten: wie die Kommunikation für die Bedürfnisse der Rezipient*innen gestaltet werden kann (Meier et al. 2024: 1–2). Interdisziplinär ist zu beobachten, dass sich außerhalb der Translationswissenschaften allerdings hartnäckig das Bild hält, Übersetzen und Dolmetschen habe vorrangig sprachliche Herausforderungen zu bewältigen (Bertolaso 2025; Prunč 2012: 163; Sonneborn 2025).

Innerhalb der Translationswissenschaft ist diese Auffassung Teil von traditionellen übersetzungstheoretischen Modellen, die den Blick ausschließlich auf die sprachlichen Unterschiede zwischen Ausgangs- und Zieltexten richten. Bekannt ist diese bis heute geführte Diskussion als Äquivalenzdebatte (Witte 2017: 21). Allerdings haben bereits Katharina Reiß und Hans Vermeer (1984: 41) kritisiert, dass Übersetzen vielfach als bloßes Transkodieren betrachtet und dabei die Komplexität des Translationsprozesses außer Acht gelassen wird. Wie sie grenzte sich auch Justa Holz-Mänttari (1984) klar von linguistischen Ansätzen und der Suche nach „dem“ idealen Translator ab. Ihnen wird daher die Pionierarbeit im Bereich der funktionalen Übersetzungstheorien in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zugeschrieben (Prunč 2012: 151–153). Anders als in der bis dahin gängigen linguistischen Theorie stellten sie funktionale Aspekte über jenen der reinen Textäquivalenz und gestalteten mit der Auffassung von Kommunikation als aktiver Handlung maßgebend den Diskurs in der Übersetzungswissenschaft. Dies stellt heute noch eine wichtige Grundlage für die Erforschung ständig neuer Herausforderungen dar (Kaindl 2024: 36). Angesichts der Diskussionen eines

immer technologischeren und digitalisierteren Arbeitsumfeldes, bietet die funktionale Übersetzungstheorie Antworten, die gerne auch in verwandten Disziplinen gesucht werden (2024: 41–43). Ergänzt durch die Ansätze der Multimodalität bietet sich in dieser Arbeit dadurch ein umfassender theoretischer Rahmen für die Auseinandersetzung mit audiovisuellen Projekten und deren Gestaltung für ein bestimmtes Zielpublikum im Zuge der medialen Informationsvermittlung.

1.1 Die kommunikative Handlung

Menschen wollen kommunizieren, sich mitteilen, Informationen miteinander teilen. Dazu müssen sie aktiv in einen Austausch treten, also eine Handlung in Gang setzen (Watzlawick et al. 2011: 58–60). Die Wege, wie dieses Handeln gestaltet werden kann, sind höchst unterschiedlich. Sie reichen von traditionellen Methoden wie dem Gespräch zweier sich gegenüberstehender Personen oder dem Austausch schriftlicher Nachrichten bis hin zur Informationsweitergabe im multimedialen¹ Spannungsfeld. Das bedeutet: Es muss nicht zwingend miteinander gesprochen werden, um eine kommunikative Handlung durchzuführen, Kommunikation drückt sich auch in Gesten, Symbolen, der Gestaltung von Objekten aus – oder eben auch in der Translation (Witte 2017: 77–78).

Letztere ist nach Vermeer (1978: 99–100) als eine Sonderform von Kommunikation zu verstehen. Er sieht die menschliche Sprache als unterscheidendes Merkmal für den Transfer „von einer spezifischen Sprache A in eine andere spezifische Sprache Z“ und nennt „Translation“ eine „Sondersorte von *Reden*“, sowie „Rede“ eine „Sondersorte von *Handeln*“. Später ist in der „Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie“ von Reiß und Vermeer (1984: 67) zu lesen:

„Kommunikation“ als verbaler Prozeß kann als Element/Sondersorte von „Interaktion“ (die auch non-verbal ist) gefaßt werden. Translation ist immer auch ein non-verbaler, über das Verbale hinausgehender kultureller Transferprozeß.

Demnach wird Translation als translatorische Handlung definiert und somit als ein Sich-Verhalten, das innerhalb einer bestimmten Situation (In-Situation) zur Erreichung eines Zieles geschieht. Dieses „situationsadäquate“ und intentionale Handeln richtet sich an einen oder

¹ Der Begriff „multimedial“ beziehungsweise „Multimedia“ wird im Alltagsgebrauch vielfach mit der Nutzung sozialer Netzwerke im Internet assoziiert. Dies stellt vor allem für Informationsmedien eine Herausforderung dar, da die Grenzen zwischen seriöser Medienberichterstattung und Social Media-Nutzung längst verschwommen sind (Klaus Meier et al. 2024: 1–14). Die Begriffe haben damit einen Bedeutungswandel erlebt: vom ursprünglichen Einsatz mehrerer technischer Hilfsmittel hin zu einer Mischung aus Schrift, Bild und Ton, wodurch Codes und Sinnesmodalitäten kombiniert werden. (Künzli 2017: 32)

mehrere Empfänger*innen und muss zur Erreichung eines Zieles kulturspezifische Normen berücksichtigen. Das bedeutet aber nicht, dass eine ausgesendete Intention zwangsläufig auch als „adäquat“ interpretiert wird (1984: 97-98). Von einer geglückten Handlung sprechen Reiß und Vermeer (1984: 99) dann, wenn alle Beteiligten sie als in ihrer Situation sinnvoll erklären. Das bedeutet wiederum: Wenn eine Nachricht so empfangen werden soll, dass sie auch verstanden wird, müssen die Sender*innen sie so verfassen, dass sie der jeweiligen Situation der Rezipient*innen entspricht. Daher ist translatorisches Handeln – unabhängig davon ob spezifisch vom Übersetzen oder Dolmetschen gesprochen wird – nie nur das bloße Übertragen eines Wortes in dasselbe Wort einer anderen Sprache, sondern immer ein Kultur-Transfer. (Vermeer 1978: 99–102). Eine Situation wird hierbei als Ausschnitt aus dem „Kontinuum möglicher Welten“ (Vermeer 1990b: 220) und somit der Kultur² eines Menschen betrachtet, Sprache als Element der jeweiligen Kultur (Reiß & Vermeer 1984: 26). Das Sprachverhalten eines Menschen, also wie jemand spricht, ist demnach Teil eines kulturspezifischen Verhaltens (Vermeer 1978: 99–102). Fehlt bei einem interkulturellen Austausch nun aber das Wissen über die Kommunikationspartner*innen, kann die Kommunikation nicht stattfinden. Es bedarf daher des Verständnisses über den soziokulturellen Kontext eines Textes, damit derselbe funktionieren kann (Vermeer 1990b: 220–221, 239). Das wichtigste Prinzip dabei ist nicht allein der Ausgangstext, sondern die Frage, wozu eine Übersetzung benötigt wird und welchen Zweck ein übersetzter Text zu erfüllen hat (Reiß & Vermeer 1984: 18). Zeitgleich zum Ansatz von Reiß und Vermeer, aber unabhängig davon, entstand 1984 auch Holz-Mänttärin „Theorie des translatorischen Handelns“. Darin hält sie fest:

Translatorisches Handeln“ bedeutet also weder Wörter, noch Sätze, noch einfach Texte zu übersetzen, es heißt in jedem Fall: zwecks Steuerung intendierter Kooperation über Kulturbarrieren hinweg funktionsgerechte Kommunikation ermöglichen. (Holz-Mänttärin 1984: 7–8)

Übersetzen ist demnach eine professionelle, kulturübergreifende und Information vermittelnde Handlung, die andernfalls aufgrund von Kulturbarrieren nicht zustande kommen könnte (1984: 6). Die Fragen „Was tut der Übersetzer?“ und „WOZU‘ wird es getan?“ bilden dafür die Basis (1984: 17). Wie Reiß und Vermeer (1984) sieht Holz-Mänttärin eine Übersetzung nur dann als funktionsgerecht an, wenn sie auf ihr Ziel ausgerichtet wird und sich vom Ausgangstext loslöst.

² Für die Definition seines Kulturbegriffes orientiert sich Vermeer an Göhring (1978). Kultur wird in der Folge als Menge aller Verhaltensnormen und -konventionen einer Gesellschaft sowie der daraus resultierenden Verhaltensweisen verstanden. Sprache ist dabei untrennbar mit Kultur verbunden. „Eine Sprache ist Element einer Kultur“. (Reiß & Vermeer 1984: 26).

Translator*innen schaffen demnach einen neuen Text, ein Translat, das bei der Rezeption eine eigene Bedeutung, abhängig von Situation und Kultur, erhält (Holz-Mänttari 1984: 7–8). Der Ausgangstext spielt hierbei nur noch in Ausnahmefällen eine Rolle. Im Vordergrund des translatorischen Handelns steht sowohl bei Holz-Mänttari als auch bei Vermeer der Zweck des Zieltextes (Holz-Mänttari 1984: 107; Vermeer 1990b: 236). Um den Zweck zu erreichen, bedarf es nach Reiß und Vermeer (1984: 95) eine Handlung. Handlungen wiederum dienen dazu, um einen bestehenden Zustand zu verändern. Der Text wird demnach zum Handlungselement, mit dem eine Intention verfolgt werden kann (1984: 96).

Holz-Mänttari (1984: 17) sieht im translatorischen Handeln den „Produktionsprozess eines Handelnden“, der die Funktion hat „Botschaftsträger [...] zu produzieren, die in übergeordneten Handlungsgefügen zur Steuerung von aktionalem und kommunikativen Kooperationen eingesetzt werden“. Das soziale Handeln eines Individuums richtet sich nach Holz-Mänttari (1984: 38–39) auf das Verhalten eines anderen Individuums aus, um einen Soll-Zustand zu erreichen. Zwischen den Menschen, die in eine Kommunikation treten, entsteht dadurch eine Abhängigkeit– eine Interdependenzbeziehung. Holz-Mänttari führt dazu den Begriff der „Ko-Operation“ ins Treffen. Er beschreibt nicht per se ein „kooperatives“ Verhalten einzelner Individuen – „[u]nter Ko-Operation kann auch das Gegenteil des üblicherweise positiv interpretierten gemeinschaftlichen Handelns verstanden werden“ (1984: 55) – sondern das Aufeinander-Bezugnehmen in einer Handlung. Kommunikation ist daher als Sonderform der „Ko-Operation“ zu verstehen. Die kommunikative Situation unterscheidet sich dabei allein durch den Einsatz verbaler Mittel von der aktionalen „Ko-Operation“. Wenn Individuen nun beabsichtigen, eine aktionale „Ko-Operation“ verbal zu steuern, kommt es zur Kommunikation, die ihrerseits eine verbale „Ko-Operation“ darstellt, wie Holz-Mänttari (1984: 55) ausführt:

Kommunikation ist insofern Kooperation, als sie ein Gesamtgefüge von Handlungen bildet, das man als intentionales, aufeinander bezogenes [...] Handeln mehrerer Aktanten bezeichnen kann.

Wenn es Individuen jedoch aufgrund fehlender Sprach- und Kulturkenntnisse unmöglich wird, eine „Ko-Operation“ mit anderen einzugehen, gibt es einen Translationsbedarf (1984: 42). Damit dieser gedeckt werden kann, reicht es laut Holz-Mänttari (1984: 71–72) nicht, nur eine Textoberfläche zu betrachten. Vielmehr muss die Botschaft, die in einem Text enthalten ist, an die Zielkultur der „Kooperanten“ – also jener Individuen, mit denen eine transkulturelle „Ko-Operation“ eingegangen werden soll – angepasst werden. Geschieht dies nicht, kann es weder zur verbalen noch zur aktionalen „Ko-Operation“ kommen. Damit die „Ko-Operation“ gelingt,

müssen die „Kooperanten“ also die Botschaft eines Textes, des „Botschaftsträgers“, verstehen können.

Zusammengefasst bedeutet das: Translation – als Sonderform einer kommunikativen Handlung – vermittelt Informationen zwischen unterschiedlichen Kommunikationspartner*innen, die sich allerdings mit einer Kulturbarriere (oft in Form von Sprachproblemen wahrgenommen) konfrontiert sehen (Holz-Mänttari 1984: 17; Vermeer 1990b: 220). Die einzelnen Teilnehmenden an einer solchen Kommunikationssituation befinden sich in einem Handlungsgefüge. Dieses Gefüge ist wiederum von zahlreichen Faktoren geprägt, die sich nachhaltig auf die Translation auswirken können, und ohne deren Berücksichtigung ein translatorisches Handeln, wie es dem funktionalen Übersetzungsansätzen entspricht, auch nicht möglich wäre (Holz-Mänttari 1984: 109–111; Reiß & Vermeer 1984: 95; Witte 2017: 67–70).

1.2 Der Handlungsrahmen

Übersetzung geschieht nicht im luftleeren Raum, sondern in einem, wie Vermeer (1990b: 220) es nennt, „Kontinuum von möglichen Welten“. Dasselbe bildet in der Kommunikationssituation einen Rahmen, der historisch-soziokulturell geprägt ist und sich somit aus den unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, den gemachten Erfahrungen und der individuellen Geschichte der Teilnehmenden im Kommunikationsprozess – Holz-Mänttari (1984) nennt sie Aktanten³ – zusammen (Witte 2017: 29). Die Aktanten sind Teil in einem „Geflecht von Beziehungen“, das in einer translatorischen Situation „den Rahmen für die translatorische Analyse-, Synthese- und Evaluier-Arbeit“ (1984: 105) bildet. Jeder Aktant übernimmt dabei eine bestimmte Rolle, die Holz-Mänttari (1984: 109) nach ihren Schlüsselrollen im translatorischen Handlungsrahmen unterscheidet:

- der Translations-Initiator/Bedarfsträger braucht einen Text.
- der Besteller bestellt einen Text
- der Ausgangstext-Texter produziert einen Text, von dem der Translator ausgeht
- der Translator produziert einen (Ziel-)Text.
- der (Ziel-)Text-Applikator arbeitet mit dem (Ziel-)Text

³ Zur Zeit der Entstehung der funktionalen Translationstheorien spielte die Diskussion um inklusive bzw. geschlechtergerechte Sprache noch kaum eine Rolle. Reiß und Vermeer sollen sich zudem skeptisch gegenüber einer überbordenden Nutzung inklusiver Formen geäußert haben. Daher sind die einzelnen am Translationsprozess teilnehmenden Rollen im Original in generisch maskuliner Form dargestellt und werden auch hier so übernommen (Aktant, Bedarfsträger, Auftragsgeber, etc.) (Reiß et al. 2013: iii)

- der (Ziel-)Text-Rezipient rezipiert den (Ziel-)Text

Ihre jeweilige Rolle innerhalb des Translationsprozesses kann von einer ganzen Personengruppe eingenommen werden und muss sich nicht auf eine Einzelperson beschränken.

Die Rolle des Bedarfsträgers stellt dabei die Informationen über den Zweck des Textes und den Zieltext-Rezipienten bereit, während die Rolle des Translators dafür verantwortlich ist, dass einen funktionsgerechter Zieltext entsteht, der Ort- und Zeitdistanzen sowie Kulturbarrieren überwindet (Holz-Mänttari 363).

Es handelt sich – mit Ausnahme von Translator*innen – um dieselben Rollen, die es im Prinzip auch für das Gelingen jedes anderen kommunikativen Handelns braucht (Witte 2017: 23). Vermeer (1990b: 223) führt als Sonderform auch noch eine beobachtende Rolle ins Treffen, die eine Sonderstellung in der Rezeption einnimmt, etwa wenn Uneinigkeit über den Sinn beziehungsweise die Funktion eines Textes besteht. Der Sinn, der einem Text in der Produktion gegeben wird, muss dabei nicht unbedingt dem Sinn entsprechen, den Empfänger*innen demselben Text zuschreiben (Nord 2018: 20–25). Anhand eines für den späteren Verlauf dieser Arbeit relevanten Beispiels gezeigt: Nachrichtentexte im Rundfunk werden nicht unbedingt von den Personen *gesendet*, die den Beitrag *getextet* haben. Bereits dadurch können sie einen anderen Sinn bekommen (Vermeer 1990b: 222)

Dies macht deutlich: Translatorisches Handeln hat die Aufgabe, unterschiedlichste Bedürfnisse abzudecken. Auf Rezipient*innenseite ist wesentlich, welche Funktion das Translat erfüllen muss, um die Bedürfnisse zu stillen (Nord 2018: 21). Wesentlich ist dabei die Frage, wer mit wem zu welchem Zwecke in Kommunikation treten möchte, welcher Bedarf also vorliegt. Damit die Kommunikation gelingt und das Translat seinen Zweck erfüllen kann, muss zudem berücksichtigt werden, in welcher Situation sich die Aktanten befinden, welches Fremd- und Selbstbild sie in den gefragten translatorischen Handlungsrahmen einbringen, und wie und in welcher Kulturgemeinschaft sie sozialisiert wurden. Da Menschen das, was sie als fremd wahrnehmen, mit ihrer eigenen Erfahrungswelt in Bezug stellen, entwickeln auch die Aktanten im Translationsprozess eine Erwartungshaltung an den Prozess selbst beziehungsweise sein Ergebnis. Aus diesem Grund müssen im Handlungsrahmen auch die jeweiligen Verhaltensweisen der verschiedenen Rollen – dazu zählen auch Translator*innen – berücksichtigt werden (Witte 2017: 22–25), denn jedes Verhalten kann als kommunikativ interpretiert werden (Watzlawick et al. 2011: 58–60).

Prunč (2012) erweitert den funktionalen Handlungsrahmen, wie er von Holz-Mänttari und Vermeer gezeichnet wurde und hebt ihn auf eine gesamtgesellschaftliche Ebene. War der Handlungsrahmen zunächst von den Aktanten und ihren Rollen geprägt, fügt ihm Prunč mit

dem Konzept der Translationskultur weitere relevante Faktoren hinzu: Macht, Status und Absicht. Er definiert:

Unter Translationskultur ist das historisch gewachsene, sich aus der dialektischen Beziehung zur Translationspraxis entwickelnde, selbstreferentielle und selbstregulierende Subsystem einer Kultur zu verstehen, das sich auf das Handlungsfeld Translation bezieht. Sie besteht aus einem Set aus gesellschaftlich etablierten, gesteuerten und steuerbaren Normen, Konventionen, Erwartungshaltungen, Wertvorstellungen und habitualisierten Verhaltensmustern aller in der jeweiligen Kultur aktuell oder potentiell an Translationsprozessen beteiligten Handlungspartner. (Prunč 2012: 340)

Translationskultur ist demnach eine Subkultur, in der sich abhängig vom jeweiligen kulturellen Rahmen gesellschaftlicher Konsens und Dissens über die dominierenden Formen von Translation ausdrückt. Für Übersetzer*innen bedeutet das: Sie können den Rahmen für ihre Übersetzungsentscheidungen aus dem durch die Translationskultur bestimmten Handlungsrahmen ableiten (Prunč 2012: 96–97). Sie sind als Translator*innen Akteure innerhalb eines Machtvierecks, zu dem auch ihre zumeist mit einem größeren Machtpotential ausgestatteten Partner gehören: Autor*innen, Initiator*innen und Adressat*innen (2012: 340). Welchen Zweck ein Translat letztlich erfüllt, hängt demnach auch davon ab, welche Translationskultur den Handlungsrahmen mitbestimmt, welche sozio-politischen Kräfte darauf einwirken und welche Entscheidungsstrukturen Translator*innen daher überhaupt möglich sind (2012: 341).

1.2.1 Der Skopos

Vermeer spricht von der „Entthronung“ des Ausgangstextes und setzt stattdessen das Translat auf den Thron. (Vermeer 1986: 42). Wie bereits festgehalten, fragt er wozu eine Übersetzung benötigt wird. Für ihn steht der Skopos⁴ an erster Stelle der translatorischen Handlung. Er erklärt: „Die Dominate aller Translation ist deren Zweck“ (Reiß & Vermeer 1984: 96). Die Begriffe Ziel, Zweck, Funktion und Intention verwendet Vermeer zunächst weitgehend synonym (1984: 96). Später (Vermeer 1990a: 95) differenziert er sie voneinander. Als Ziel versteht er dabei das intendierte Ergebnis, das durch eine Handlung herbeigeführt werden soll. Zu diesem (Gesamt-)Ziel können auch Teilziele führen. Der Zweck wird von der Situation, in der sich Empfänger*innen befinden, bestimmt und die Funktion ergibt sich aus der

⁴ Abgeleitet vom altgriechischen Wort σκοπός, dem auch die Wortbedeutung Augenmerk oder Absicht zugeschrieben wird. (Zeno o. J.)

Rezipient*innenperspektive. Es geht letztlich darum, wo und wie ein Text benötigt wird. Der Skopos wiederum kann sich in einen äußeren Skopos (Translationsskopos) und einen inneren Skopos (Translatkopos) gliedern: Ersterer bezieht sich auf den Übersetzungsauftrag, zweiterer fokussiert auf den Zieltext. Verschiedene Unterskopoi stehen zudem in Zusammenhang mit der Frage wie übersetzt wird. Sie werden dazu einem „Übersetzungsmodus“ zugeordnet. Information über den Skopos kann implizit oder explizit im Translationsauftrag enthalten sein. Der Auftrag ist jedoch in jedem Fall Voraussetzung für die Erstellung eines Translats (1990a: 84–85). Der Skopos ergibt sich aus den Angaben von Auftraggeber*innen oder, wenn diese fehlen, aus der Auftragssituation. In letzterem Fall wird von einem „impliziten Skopos“ gesprochen.

Damit durch das Übersetzen tatsächlich eine Ermächtigung zum Handeln möglich wird, müssen Übersetzer*innen wissen, wie der Skopos für das Translat zu definieren ist. Es geht darum, für wen die Translation bestimmt ist und wofür Zielrezipient*innen das Translat verwenden (Risku 2016: 44–45). Dabei kann das Zielpublikum – abhängig von den Beziehungen zwischen den Aktant*innen – selbst der Skopos sein (Reiß & Vermeer 1984: 101). In die Entscheidungen von Translator*innen müssen dazu jedenfalls immer auch das jeweilige Fremdkulturwissen der Rezipient*innen miteinfließen. Dazu gehört auch die Feststellung, ab wann etwas als fremdkulturell wahrgenommen wird und wie mit den kulturellen Unterschieden umgegangen wird. Statisch oder gar vorhersehbar ist das Verhalten von Zielrezipient*innen allerdings nicht, denn es verändert sich nicht zuletzt auch durch die interkulturelle Kommunikationssituation (Witte 2017: 73). Um dennoch ihr Ziel – die Erfüllung einer skoposadäquaten Translation – zu erreichen, greifen Translator*innen auf Strategien zurück, die auch im Journalismus als Qualitätsmerkmal gelten: Recherche und Informationsmanagement⁵ (Bettendorf 2020: 106–107).

1.2.1.1 Die Skoposregel

Als Begründer der Skopostheorie setzt Vermeer “[a]ls oberste Regel einer Translationstheorie [...] die , Skoposregel‘ an“ (Reiß & Vermeer 1984: 101) und ordnet dem Skopos alle weiteren Regeln seiner Translationstheorie unter. Dazu gliedert er sie in hierarchisch miteinander

⁵ Im Ehrenkodex für die österreichische Presse ist zu den Grundsätzen der publizistischen Arbeit festgehalten: „Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren sind oberste Verpflichtung von Journalisten“ (Österreichischer Presserat 2019). Durch den Einfluss der Digitalisierung ist darüber hinaus zu beobachten, dass Medienschaffende und ihr Publikum näher zusammenrücken. Dadurch nimmt auch die Notwendigkeit von Faktenchecks und Community Management zu (Klaus Meier et al. 2024: 297–298).

verkettete Sätze. Nach Reiß und Vermeer (1984: 119) ist ein Translat somit (1) skoposbedingt und (2) ein Informationsangebot in einer Zielkultur und -sprache über ein Informationsangebot in einer Ausgangskultur und -sprache. Ein Translat bildet (3) eindeutig und nicht umkehrbar ein Informationsangebot ab, muss (4) in sich kohärent und (5) mit dem Ausgangstext kohärent sein. Diese Regeln folgen (6) genau in dieser Reihenfolge aufeinander.

Die Skoposregel besagt, dass eine Handlung von ihrem Zweck bestimmt beziehungsweise eine Funktion⁶ ihres Zweckes ist. „Mit anderen Worten: Für Translation gilt, ‚Der Zweck heiligt die Mittel‘“ (1984: 101). Der Blick auf die intendierten Rezipient*innen wird dabei als Variable beschrieben und daher als Sondersorte der Skoposregel. Die Beziehung von Translator*in und Rezipient*in bestimmt demnach, wie Translation erfolgt. Außerdem können unterschiedliche Textteile verschiedene Skopoi haben, woraus sich eine Skoposhierarchie ergeben kann (1984: 101–103). Der Skopos des Ausgangstextes kann dabei vom Skopos des Translats abweichen, da die Herstellung des Ausgangstextes und jene des Translats als jeweils andere Produktionshandlungen verstanden werden, und die Translation einen anderen Zweck erfüllt. Die Forderung nach Beibehaltung des Zweckes könne hingegen nicht allgemein gültig sein, da es sich dabei um eine kulturspezifische Forderung (1984: 101–103).

1.2.1.2 Text als Informationsangebot

Im Verständnis von Reiß und Vermeer wird Translation als „Sondersorte des Informationsangebotes“ betrachtet. Information wird dabei immer dann angeboten, wenn ein*e Sender*in davon ausgeht, dass ein*e Empfänger*in einen Mehrwert durch eine neue Information davon hat, wobei sich „neu“ durch einen veränderten Skopos ausdrücken kann (Reiß & Vermeer 1984: 103). Wer übersetzt (oder dolmetscht) interpretiert demnach ausgehend von der Zieltextfunktion (Prunč 2012: 155). Translator*innen rezipieren dabei einerseits die Informationen aus dem Ausgangstext und produzieren andererseits die Zielinformation. Bei diesem Prozess lässt es sich nicht vermeiden, dass ein Translat durch die Interpretation von Übersetzer*innen beeinflusst wird. (Reiß & Vermeer 1984: 57)

Nach diesem Verständnis haben Translator*innen daher nicht die Aufgabe einen Ausgangstext zu kodieren, sondern eine Information weiterzugeben (1984: 65). Reiß und Vermeer (1984: 105) nennen dies „abbildender Transfer eines Ausgangsangebotes“ und halten

⁶ Vermeer stellt die Skoposregeln unter anderem im Stile mathematischer Formeln dar, so ist Handlung beispielsweise als Funktion ihres Zweckes dargestellt als $Trl = f(Sk)$. (Reiß & Vermeer 1984: 101).

fest, dass diese Abbildung „nicht eindeutig umkehrbar“ ist. Es handle sich daher um einen „imitierenden“ Transfer der angebotenen Ausgangsinformation. Dem zugrunde liegt die Auffassung, nach der sich Texte in der Translation ohnehin verändern, sodass Ausgangs- und Zieltext auf jeden Fall unterschiedlichen Rahmenbedingungen unterliegen. Sollte nun aber jemand fordern, ein Translat habe möglichst nah am Ausgangstext zu bleiben, wäre es denkbar „dass dies gerade durch Funktionsänderung erreicht wird“ (1984: 104).

1.2.1.3 Kohärenz, Äquivalenz und Adäquatheit

Reiß und Vermeer (1984: 109–110) unterscheiden zwischen intratextueller und intertextueller Kohärenz. Erstere besagt, dass eine Information dann als verstanden gilt, wenn Rezipient*innen dieselbe als in sich kohärent und als kohärent mit der Situation interpretieren können. Vermeer hält fest: "Verstehen ,heißt also in erster grober Näherung: etwas in die eigene Situation (mit ihrem Vorverständnis) einordnen können“ (1984: 109). Tritt dies ein, kommt es zur Verständigung, das heißt zwischen Produzent*innen und Rezipient*innen gibt es „Austausch und evtl. Adaptation von Verstehenssignalen“, wobei Verständigung als Interaktionsprozess für Vermeer stärker gewichtet ist als das bloße Verstehen. Das bedeutet: „Für Translation ist so weit wie möglich Verständigung zu suchen“ (1984: 110). Im Prozess des Übersetzens wird dabei eine Rücksprache mit den Ausgangstextproduzent*innen zwar angestrebt, sie ist dem Ziel „Verstehen“ zu erwirken jedoch untergeordnet, denn „Kohärenz ist kein Konsens“ (1984: 110).

Die „intertextuelle Kohärenz“ bezieht sich auf die „Fidelität“ zwischen Ausgangs- und Zieltext. Sie ist der intratextuellen Kohärenz nachgeordnet und bedeutet, dass ein Translat mit seinem Ausgangstext kohärent sein muss. Reiß und Vermeer (1984: 114) formulieren dazu die Fidelitätsregel: „Eine Translation strebt nach kohärentem Transfer eines Ausgangstextes“. Die Imitation wird dabei als Sondersorte der Fidelität und somit der intertextuellen Kohärenz verstanden. Abhängig ist dieselbe davon, wie Translator*innen den Ausgangstext interpretieren und welcher Skopos dem Zieltext zu Teil wird. Laut Fidelitätsregel muss die Nachricht, die ein*e Produzent*in enkodiert von eine*r Translator*in als Rezipient*in interpretierbar und als entsprechende Nachricht von den Zielrezipient*innen dekodierbar sein. Es geht also nicht darum, dass der Ausgangstext möglichst formgetreu in der Zielsprache wiedergegeben wird, sondern um eine skoposadäquate Interpretation und den Bedürfnissen der Rezipient*innen gerecht werdende Neuvertextung einer Nachricht (Freihoff 2012: 35).

Das Streben nach Kohärenz mit dem Skopos, ist in Vermeers Skopostheorie laut Prunč (2012: 245) das entscheidende Kriterium der Adäquatheit. Tatsächlich betrachten Reiß und Vermeer (1984: 139–140) „Äquivalenz“ als Sondersorte von „Adäquatheit“. Erstere beschreibt

die ranggleiche Beziehung zwischen einem Translat und einem Ausgangstext, die die gleiche kommunikative Funktion erfüllen können. Der Begriff beziehe sich damit nicht auf eine übersetzerische bzw. translatorische Praxis, sondern ein Produkt beziehungsweise das Ergebnis einer Übersetzungstätigkeit. „Adäquatheit“ wiederum beschreibt die Beziehung zwischen Ziel- und Ausgangstext „bei konsequenter Beachtung eines Zwecks (Skopos), den man mit dem Translationsprozeß verfolgt“ (Reiß & Vermeer 1984: 139). Daraus folgt, dass es eigentlich keine „richtigen“ oder „falschen“ Übersetzungen mehr geben kann, sofern der Skopos erfüllt wird – also, die Zeichenwahl in der Zielsprache dem Zweck der Übersetzung untergeordnet worden ist (1984: 139). Wesentlich dafür ist, dass ein Text beziehungsweise ein Translat auf inhaltlicher Ebene als Einheit erkannt werden kann. Möglich macht das wiederum das jeweilige Weltwissen, denn ob etwas erfasst werden kann, liegt auch daran, was kulturspezifisch damit assoziiert wird – oder in anderen Worten: Was innerhalb einer Kulturgesellschaft aufgrund des jeweils vorhandenen Weltwissens als kohärent wahrgenommen wird, kann in einer anderen Kulturgesellschaft als inkohärent aufgefasst werden (Reiß & Vermeer 1984: 109–112).

Qualität bzw. der Erfolg eines skopozentrierten Translats ist nach Reiß und Vermeer (1984: 106–109) daran zu messen, ob die interkulturelle Kommunikation – das Handeln über Kulturbarrrieren hinweg – gelingt und damit zumindest teilweise die an das Translat gerichtete Erwartung erfüllt wird. Gerade diese Auffassung lässt in der Weiterentwicklung der funktionalen Ansätze Raum für die Erforschung weiterer Strategien zur Qualitätsbeurteilung, etwa in Bezug auf zielgruppenzentrierte Fragestellungen, bei denen geprüft wird ob und wie ein Zieltext von den Rezipient*innen inhaltlich verstanden wurde, aber auch wie sie auf das Translat reagieren und damit interagieren (Göpferich 2008: 238–239). Aber auch entlang des Entstehungsprozesses gibt es stetigen Forschungsbedarf, wie Risku (2016) zeigte. Sie geht davon aus, dass Artefakte⁷ die Translation nachhaltig beeinflussen und sich so die Komplexität sozialer Handlungen zusammensetzt. Auch hier wird deutlich: Der Skopos der Translation ist nie statisch, er hängt immer von der jeweiligen Handlungssituation ab und kann sich je nach situativen Kontext daher auch verändern (Reiß & Vermeer 1984: 86).

⁷ Als „Artefakt“ werden hier materielle und immaterielle soziokulturell geprägte Objekte verstanden, die kognitive Prozesse beeinflussen, ohne dass Bewusstsein darüber vorherrscht. Dennoch werden Artefakte als Instrumente für die Kommunikationshandlung aufgefasst. Eine genaue Definition des Begriffes beziehungsweise seiner Abgrenzung ist weiterhin Gegenstand der Diskussion (Risku 2016: 95)

1.2.1.4 Die Erweiterung des Skoposbegriffes (Prunč)

Die bis heute anhaltende und teils immer noch leidenschaftlich geführte Diskussion rund um den Äquivalenzbegriff in der Translation, zeigt, dass translatorisches Handeln keineswegs nur harmonisch verläuft (Prunč 2012: 341–342). Die Vertreter*innen der funktionalen Translationstheorie haben sich allerdings längst darauf geeinigt, dass Äquivalenz kein adäquater Maßstab sein kann – weder für die Erstellung noch zur Beurteilung eines Translats. Prunč (2012) argumentiert, dies sei allein schon deshalb nicht möglich, weil in jeder Kommunikationssituation unterschiedliche Interessenskonstellationen vorzufinden sind, wodurch eine Reihe an subjektiven Interessen befriedigt werden sollte. Dies trete umso mehr zu Tage, als dass die gegenwärtigen Gesellschaften von Multikulturalität und zahlreichen Konflikten geprägt seien. Die für das Eintreten von Äquivalenz notwendige Objektivität ist dadurch ausgeschlossen. In diesem Spannungsfeld wird die Skopostheorie als „sinnvollste Vorgabe für translatorisches Handeln“ und zur Erreichung eines für die jeweilige Zielkultur beziehungsweise zielkulturelle Situation adäquaten Translats betrachtet (Prunč 2012: 187–188). Reiß und Vermeers Skopostheorie aus dem Jahr 1984 ließ zuweilen die Frage offen, wie Translator*innen die Erwartungen der intendierten Rezipient*innen feststellen sollen und Texte daraufhin bearbeiten sollen, ohne willkürlich vorzugehen. Prunč versucht darauf eine Antwort zu geben, in dem er die Skopostheorie in seinem „Versuch einer Skopostypologie“ (1997) um den Aspekt der „Arbitrarität“ erweitert. Das bedeutet: Weder die kulturspezifische Einbettung eines Ausgangs- noch jene eines Zieltextes müssen die Richtung für die Translatproduktion weisen. Vielmehr werde jede beliebige Beziehung zwischen Translat und Ausgangstext ermöglicht (Prunč 1997: 34). Wie dargestellt fokussieren Reiß und Vermeer (1984) stark auf Rezipient*innen, Funktion und Kultur. Prunč (1997: 34–35) geht hier weiter und orientiert sich an einem „dynamischen Spannungsverhältnis zu den vorherrschenden Normen und Konventionen der jeweils relevanten Translationskultur“. Das heißt, ob sich der Zieltext an der Ausgangs- oder der Zielkultur orientiert hängt davon ab, welche Translationsnormen in der Zielkultur vorgefunden werden (Translationskultur) (Prunč 2012: 185).

Die gesellschaftlichen Wert- und Normenvorstellungen der Translationskultur werden hier zum entscheidenden Kriterium der Skoposwahl. Während Vermeer von einer Entthronung des Ausgangstextes spricht (Reiß & Vermeer 1984: 101), entthront Prunč (1997: 50) gewissermaßen den Zieltext. Demnach werde der Skopos nicht rein nach den vorherrschenden Translationsnormen, sondern den damit verbundenen vorherrschenden Machtverhältnissen bestimmt. Das bedeutet,

[...] daß bei der Wahl von Translationsstrategien erst sekundär und nur bei einem Teil der behandelten Translationstypen vom Texttyp des AT und/oder von der prospektiven Funktion des ZT auszugehen ist. (Prunč 1997: 50)

Die endgültige Wahl über den Skopos obliegt dabei den handelnden Translator*innen. Sie haben selbstverantwortlich mit dieser Aufgabe umzugehen und müssen, um eine Übersetzungsentscheidung treffen zu können, die in der Zielkultur vorherrschenden soziokulturellen Normen ebenso berücksichtigen, wie die Gesamtheit der jeweiligen translatorischen Situation. Dabei sind mögliche Interessenskonflikte zwischen am Prozess beteiligten Akteur*innen nicht ausgeschlossen (Prunč 1997: 34–35, 2012: 185).

Werden alle translationskulturellen Parameter – inklusive Konsens der verschiedenen Handlungsträger*innen inkludiert, ist bei Prunč von einem „implizitem Skopos“ die Rede. Er versteht darunter,

[...] die von einer Gesellschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt für einen bestimmten Text/eine bestimmte Textsorte in einer bestimmten Kommunikationssituation und für eine bestimmte Interessenskonstellation als verbindlich betrachtete Zielvorgabe einer Übersetzung [...]. (Prunč 2008: 33)

Einigt sich ein*e Translator*in – aus welchen Gründen auch immer – mit den Handlungspartner*innen auf einen anderen als diesen „impliziten Skopos“, so kommt es zu einem „expliziten Skopos“. Dieser abweichende Skopos muss offen dargelegt werden, etwa in einem Vor- oder Nachwort, durch einen Kommentar oder mithilfe von Fußnoten (Prunč 2008: 33–34).

Diese Erweiterung von Prunč (1997) erlaubt es also, anhand der in der Zielkultur geltenden Normen und Konventionen sowie der Translationskultur als Handlungsrahmen (Kap. 1.1.1) Übersetzungsentscheidungen nachzuvollziehen. Prunč (2012: 162) spricht in diesem Zusammenhang auch vom „Skopos des Skopos“ beziehungsweise vom „Primat des Skopos“. Dieser eröffnete in der Informationsgesellschaft die Theorie für neue translatorische Aufgaben und Berufsfelder. Konkret nennt er Beispiele, die den Weg in Richtung Multimodalität weisen, und an denen sich das enge Korsett der äquivalenzorientierten Translationswissenschaft nicht anwenden lässt. So stellt Prunč (2012: 162) beispielsweise für die Untertitelung von Filmen fest:

Das Translat ist jedoch adäquat, wenn es dem übergeordneten Skopos angemessen ist. Seine kommunikative Wirkung wird durch das Zusammenspiel zwischen dem (in der Regel unveränderten) Bild und dem Originalton (der für das Zielpublikum teilweise verständlich sein

kann) und aufgrund der kulturell, geistig und physisch bedingten Lesetechnik des Zielpublikums erzielt.

1.2.2 Botschaftsträger im Verbund

Während Reiß und Vermeer (1984) immer noch von einem Ausgangstext ausgehen – der allerdings nur als eine von vielen möglichen Interpretationen eines ausgangskulturellen Textes in einer bestimmten Situation bewertet wird – verabschiedet sich Holz-Mänttari (1984) gänzlich vom Ausgangstext. Für sie geht es beim translatorischen Handeln ausschließlich um die Erstellung eines Textes, der eine bestimmte Funktion in einer bestimmten Situation für ein bestimmtes Publikum erfüllt. Sie nennt dies nicht Skopos, beschreibt allerdings ebenfalls die Zielgerichtetheit des Translats als Hauptkriterium für die Translation (Holz-Mänttari 2012: 77).

Das Auftreten von Texten in einem Handlungsprozess ist für Holz-Mänttari (1984: 31) eine der wesentlichen Bedingungen für Translation, also für die „Produktion bzw. Vertextung von Botschaftsträgern“. Botschaftsträger setzen sich aus konkreten Informationen zusammen, aber auch aus strategischen Inhalten, mit Hilfe derer Botschaften überzeugend an Kooperationspartner*innen vermittelt werden können. Botschaften werden demnach in Botschaftsträgern realisiert und die Rezeptionssituation ausgerichtet (1984: 30–31). Kommunikationspartner*innen wiederum benötigen Botschaftsträger um Botschaften zu vermitteln – und diese Botschaften entstammen im Falle eines Translationsbedarfes verschiedenen Kulturen, die sich wiederum darauf auswirken, wie die Welt interpretiert wird. Die Botschaft ist für Holz-Mänttari (1984: 58) „eine gedankliche Fassung von intendierten Handlungszwecken“, die durch Übersetzer*innen mittels Botschaftsträgern in eine „kommunizierbare Form“ gebracht wird. Daraus folgt, dass jede Verwendung sprachlicher Zeichen – verbal und nonverbal – kulturell geprägt ist. Auf den Text als Botschaftsträger bezogen, schließt Holz-Mänttari (1984: 31) daher:

Unter translatorischem Aspekt sind Texte Botschaftsträger, die aus funktionsgemäß strukturierten Sach- und Strategie-Inhalten, dargestellt mit Hilfe von Textur-Elementen, bestehen. Textur heiße die Organisation von funktionsgemäen Textbaumitteln, durch die verbale und non-verbale Ausdrücke mit Hilfe von verbalen und non-verbalen Verknüpfungsmitteln so rhythmisiert und vernetzt werden, dass ein fallspezifisches stabiles Gewebe entsteht.

Der Botschaftsträger ist also dann funktionsgerecht, wenn es gelingt „durch den Botschaftstransfer den Rezipienten in der intendierten Weise als Element eines Handlungsgefüges zu „aktivieren“ (1984: 72). Die Botschaftsträger treten wiederum im

Verbund mit anderen Botschaftsträgern auf. Dazu gehören Grafiken, Layout, Musik und nonverbale Elemente. Translator*innen müssen somit nicht nur mit sprachlichen Texten, sondern auch mit den Botschaftsträgern im Verbund professionell umgehen können sowie diese funktionsgerecht in die Zielkultur übertragen (1984: 77, 86, 122). Botschaftsträger sind daher nicht nur auf die Situation der Rezipient*innen, sondern auch auf das Realisierungsmittel, also das Medium im Botschaftsträgerverbund beziehungsweise die Transporttechnik abzustimmen (1984: 31, 71). Das Medium kann unterschiedlicher Natur sein. So sind etwa Theaterstücke, Filme oder Darstellungen in Büchern Realisierungsformen von Botschaftsträgern. Als Transporttechnik beschreibt Holz-Mänttari das Vermittlungsmedium. Analog zu oben genannten Beispielen wären das etwa Theateraufführungen, Fernsehen oder der Buchdruck (1984: 76–79). Für das Translat als Botschaftsträger spezifiziert Holz-Mänttari (1984: 87) zudem, dass es für einen fremden Bedarf produziert wird, wodurch sich translatorisches Handeln vom Handeln im eigenen Interesse abhebt. Die dargestellte Theorie lässt sich etwa anhand von Nachrichten im Rundfunk darstellen. Es handelt sich dabei um Botschaften, die mit dem Zweck der Bürger*inneninformation für ein bestimmtes Publikum gestaltet werden. In jedem Fall aber ist die Botschaft ein Informationsangebot an diejenigen, die sie empfangen. Unabhängig davon, ob es einen dezidierten Ausgangstext gab, kommt also alleine dadurch ein Kommunikationsakt zustande (Holz-Mänttari 2012: 78–79; Nord 2024: 168).

1.2.3 Die Expertise in der Handlung

Translatorisches Handeln ist, wie bereits festgestellt, eine komplexe Tätigkeit, die den Teilnehmenden an der interkulturellen Kommunikation die Bereitschaft zur Kooperation abverlangt. Holz-Mänttari geht dazu von einer professionellen Handlung eines Translators aus, „die ihn von linguistischen oder textwissenschaftlichen Zwängen befreit“ (Holz-Mänttari 2012: 73). Es handelt sich demnach um einen arbeitsteiligen Prozess, in dessen Vordergrund steht, dass Translation eine Expert*innenhandlung darstellt:

Translation sei ein mit Expertenfunktion auf Produktion gerichtetes Handlungsgefüge in einem komplexen und hierarchisch organisierten Gefüge verschiedenartiger Handlungen; konstituierende Merkmale seien analytisches, synthetisches, evaluatives und kreatives Handeln unter den Aspekten verschiedener Kulturen und gerichtet auf die Überwindung von Distanzen; ...]. (Holz-Mänttari 1984: 87)

Für professionelles Übersetzen (und Dolmetschen) bedarf es demnach mehr als bloß Sprachkenntnisse, wenn auch auf muttersprachlichem Niveau, oder ein Wörterbuch. Holz-Mänttari (2012: 82) meint dazu,

[D]ass man Sprachen, Sach- und Kulturwissen beherrscht oder sich aneignen kann, gehört zur fachlichen Kompetenz des Berufs. Auch das Notenschreiben oder die Fingerfertigkeit am Klavier machen noch keinen Komponisten.

Lai*innen unterscheiden sich demnach von Expert*innen darin, dass professionelle Translator*innen ihre Entscheidungen bewusst, theoretisch fundiert, zweckbezogen sowie pragmatisch qualifiziert treffen. Sie tragen daher auch die Verantwortung über die von ihnen getätigten Übersetzungen und müssen im Zweifel die Haftung für ihr (translatorisches) Handeln übernehmen (1984: 40). Holz-Mänttari umreißt die Aufgabe von Translator*innen zunächst mit der Überwindung von Kulturbarrrieren (1984: 6) und konkretisiert folgend, die Rolle des Translators als Experte für den Transfer transkultureller Botschaften. Sie definiert:

Als Experte für die Produktion von Botschaftsträgern, die in kommunikativen Handlungen von Bedarfsträgern zur Steuerung von Kooperation eingesetzt werden können, wird der Translator nicht als Mittler im Verlauf eines (zwei- oder mehrstufigen) Kommunikationsprozesses gesehen, sondern als eigenständig und eigenverantwortlich handelnder Experte in einem Gefüge über-, neben- und untergeordneter Handlungen. (Holz-Mänttari 1984: 354)

Zur Überwindung der oben genannten Kulturbarrrieren braucht es laut Holz-Mänttari die Kenntnis und den kulturspezifischen Einsatz der jeweiligen Mittel, die durch Sozialisation im Zusammenleben mit anderen in jeder Kultur erworben werden. Dabei kann es auch zu einer „Experten-Distanz“ kommen. Eine solche trennt den Translator vom Bedarfsträger und von der Verwendungssituation des Botschaftsträgers (Translat), wodurch der Translator zum außenstehenden Aktanten in der Kommunikationssituation wird (1984: 363). Um wiederum diese Experten-Distanz zu überwinden, bedarf es der Expertenhandlung, die einerseits darauf abzielt eine Bedarfserfassung beziehungsweise Produktspezifikation durchzuführen und andererseits auf eine Adaptation. Letztere wird hierbei als die richtige oder funktionsgerechte Verwendung eines Botschaftsträgers in Situation verstanden. Der Translator kann die Expertendistanz hierbei nur im Nachhinein durch kognitive, systematische, zweckdienliche Eruierung überbrücken und daraus folgend durch fachgerechte, translatorische Adaptation Schlüsse ziehen (Holz-Mänttari 1984: 366).

In der jüngeren Forschung wird zudem diskutiert, ob eine Unterscheidung zwischen „professional translators“, die von ihrer Tätigkeit als Übersetzer*innen leben können, und „expert translators“, die hochqualitative Arbeit liefern. Dabei wird Expertise als im Verständnis der kognitiven Psychologie betrachtet. Der Lernprozess ist ein zentrales Element um sich Expertise anzueignen und unterscheidet sich, abhängig davon ob man gezielt an der Verbesserung des translatorischen Handelns arbeitet oder nur Erfahrung in einem Bereich sammelt (Schlager & Risku 2023: 231–232). Schlager und Risku stellen hierzu fest:

In essence, we advocate viewing expertise not merely as superior performance but as performance in the double meaning of the term, including the social enactment and construction. (2023: 244)

1.2.4 Selbst- und Fremdbild

Translator*innen als Expert*innen treffen Entscheidungen bezugnehmend auf den vorliegenden Bedarf. Dazu kann es gehören mit anderen Expert*innen zusammenzuarbeiten, deren Fachwissen für die Erstellung eines jeweiligen Translats gebraucht wird. Translator*innen werden dabei zu Expert*innen in einem Team von Expert*innen, müssen aber auch genau wissen, wie sie ihre Rolle auszuführen haben, welche Entscheidungen sie treffen können beziehungsweise müssen und was sie delegieren können, damit das bestmögliche Ergebnis entsteht. Durch den erweiterten Handlungsspielraum – alle Expert*innen bringen ja wiederum ihr eigenes Weltwissen in die translatorische Handlung mit ein – und das Managen der Handlungssituation erweitern Translator*innen auch ihren eigenen Kompetenzrahmen. Umso mehr haben sie am Ende aber auch die professionelle Verantwortung über das Translat zu übernehmen, weil sie als Expert*innen Entscheidungen getroffen haben, die zum jeweils entstandenen Ergebnis geführt haben (Prunč 2012: 171–173). Im Idealfall analysieren Translator*innen also ein vorliegendes Kommunikationsproblem, entwickeln Strategien und erfassen im Austausch mit den Bedarfsträger*innen und den Auftraggeber*innen mögliche Lösungswege (Risku 2016: 48). Durch den Einsatz ihrer interkulturellen Kompetenz kann so ein Sinn in einem zuvor nicht dagewesenen funktional-kommunikativen Zusammenhang entstehen. Dies unterscheidet Expert*innen von Lai*innen, die lediglich den Austausch einzelner Wort- oder Textbausteine verschiedener Sprachen in den Fokus ihrer Arbeit nehmen (Witte 2017: 75)

In der öffentlichen Wahrnehmung hat sich das Verständnis vom professionellen translatorischen Handeln bis heute jedoch nicht durchgesetzt. Übersetzen und Dolmetschen werden vielfach nach wie vor als rein linguistische Disziplinen betrachtet (Risku 2016: 35).

Dies ist etwa zu beobachten, wenn Menschen, die einmal einen Fremdsprachenunterricht erfahren haben auf interlinguale Produktionen treffen, beispielsweise auf Untertitel bei Filmen. Sofern sie einen Teil der im Film gesprochenen Worte verstehen, erwarten sie in den Untertiteln ein direkt entsprechendes äquivalentes Wort in ihrer Zielsprache vorzufinden. Ist dies nicht der Fall, tendieren sie dazu das Translat als „falsch“ oder „mangelhaft“ anzusehen. (Künzli 2017: 24–29)

Übersehen wird dabei, dass sich das Arbeitsumfeld von Translator*innen im höchst komplexen Spannungsfeld der Kommunikationsberufe bewegt. Genauso wenig wie sich die translatorische Handlung selbst in ein enges Korsett zwingen lässt, kann das eine Berufsbild von Translator*innen definiert werden. Sie sind mit einem sich stetig wandelnden Arbeitsumfeld konfrontiert, das vor allem in den vergangenen drei Jahrzehnten durch Technologisierung und Digitalisierung immer rasantere Veränderungen erfährt. Expertise und Spezialwissen sind für ein Gelingen von interkulturellen Kommunikationssituationen daher mehr denn je gefragt. Translator*innen nehmen hierbei allerdings eine besondere Rolle ein, weil sie aufgrund ihrer Ausbildung dazu in der Lage sind, mit gänzlich neuen Situationen umzugehen, gleichzeitig aber auch die Grenzen ihrer eigenen Kompetenz zu kennen. In der gegenwärtigen von Digitalisierung geprägten Wissensgesellschaft, wird man ständig von einer Fülle an Information überhäuft. Das kann dazu führen, dass sich von einer Sekunde auf die andere eine völlig neue Arbeitssituation ergeben kann. Translator*innen können diese Situationen mit ihrer Expertise managen, in dem sie Informationen filtern, kategorisieren und selektieren (Risku 2016: 31). Holz-Mänttari (1984, 2012) forderte, dass Auftraggeber*innen Translator*innen nur für den Bereich verantwortlich machen können, der tatsächlich mit dem für einen spezifischen Zweck erarbeiteten Translat in Verbindung steht (Prunč 2012: 182). In realen Machtgefügen scheint es schwierig, dies umzusetzen. Gerade im Rahmen translatorischer Tätigkeiten im multimedialen Bereich ist zudem zu beobachten, dass die Anerkennung von Translation als Handlung von Expert*innen oft unter der Annahme leidet, translatorische Aufgaben seien „schnell zu erledigen“ und Translator*innen daher leicht zu ersetzen. Aus diesem Grund sind Translator*innen auch gefordert, ihr eigenes Selbstbild nicht jenem gesellschaftlich verfestigter Bilder unterzuordnen (Witte 2017: 75–80).

1.3 Umgang mit Texten

Die Funktionalist*innen betrachten, wie oben ausgeführt, Texte als Mittel zur Kommunikation, und damit auch für das translatorische Handeln. Immer im Mittelpunkt steht die Frage nach der Funktion eines bestimmten Textes, also nach dem Kommunikationsziel. Dieses wiederum wirkt

sich maßgeblich darauf aus, wie ein Text inhaltlich und formal gestaltet wird. In der Translation spielen daher Kategorisierungen eine Rolle, weil sie den Expert*innen Aufschluss über das Ziel von (Ausgangs-)texten geben und ihre Entscheidungen stützen können. Dies wirkt sich wiederum darauf aus, ob die Erwartungen von Zielrezipient*innen an Translate erfüllt werden können (Nord 2024: 169; Reiß & Vermeer 1984: 156–157).

1.3.1 Texttyp und Textfunktion

Katharina Reiß (Reiß & Vermeer 1984: 157–158, 173) hat mit einem informativen, einem expressiven und einem operativen Typ drei Texttypen klassifiziert, die die Grundfunktion von Texten in allen ihrem möglichen Darstellungsformen beschreiben können. Informativ umfasst dabei eine weitgehend sachliche, beschreibende, erklärende Gestaltung mit dem vorrangigen Ziel der Informationsvermittlung – wie etwa in Mediennachrichten. Relevant ist, was ausgedrückt werden soll. Expressiv bezieht sich auf Formdominanz, also darauf, wie etwas wiedergegeben wird – beispielsweise bei Gedichten. Die operative Funktion wiederum ist appellativ beziehungsweise auf persuasiv gestaltete Inhalte ausgerichtet und will eine bestimmte Reaktion erreichen, wie es etwa der Aufruf zum Kauf in Werbekampagnen oder politische Reden anstreben. Reiß und Vermeer (1984: 173) halten fest, dass diese Texttypen oftmals auch in Mischform auftreten, das heißt, dass ein Text mehrere Funktionen haben kann. Die Feststellung basiert auf Ausführungen, die Reiß (1971) bereits früh formuliert hat und als deren Folge, sie einen vierten, audio-medialen Texttyp eingeführt hat. Sie hält fest:

Es handelt sich bei ihnen jeweils um Texte, die zwar schriftlich fixiert, aber mit Hilfe eines nicht-sprachlichen Mediums in gesprochener (oder gesungener) Form an das Ohr des Empfängers gelangen, wobei in unterschiedlich großem Ausmaß außersprachliche Hilfsmittel zur Realisierung einer literarischen Mischform beitragen. (Reiß 1971: 34, zit. n. Künzli 2017: 31)

Später spricht sie vom „multi-medialen Texttyp“ (Reiß & Vermeer 1984: 211), der die drei Grundtypen überlagert, da sich auch informative, expressive und operative Texte multimedial darstellen können. Diese Auffassung verwirft Reiß in weiterer Folge zu Gunsten von „multimedialen Varianten“ der drei Grundtypen. Anhand dieser Entwicklung zeichnet sich der Bedarf nach einer konkreteren Definition von Multimedialität für das Fach der Translationswissenschaft (Künzli 2017: 31), worauf auch in der vorliegenden Arbeit noch eingegangen wird.

Die bisher genannten Texttypen erweiterte Nord (1993) und nannte sie Textfunktionen. Basierend auf Reiß spricht sie von informativen Texten (Darstellungsfunktion), expressiven Texten (Ausdrucksfunktion) und operativen Texten (Appelfunktion). Sie ergänzt außerdem eine phatische Funktion, die beschreibt, wie sich der Kontakt zwischen Sender*in und Empfänger*in gestaltet, also wie Kontakt hergestellt, aufrechterhalten und beendet wird (Nord 2011: 61, 161). Nach Nord sind Textfunktionen von externen Situationsfaktoren abhängig, wenngleich sie vorrangig durch die Intention der Sender*innen bestimmt werden. Nord (2018: 27–28) schlägt eine Unterscheidung von Intention und Funktion vor. Die Intention sei auf Seite der Sender*innen zu finden, die mit einem Text ein bestimmtes Vorhaben umsetzen möchten. Die Funktion wiederum sieht sie auf der Seite der Rezipient*innen, die dem Translat abhängig ihrer Erwartungen begegnen. Nord (2018) argumentiert diese Unterscheidung sei gerade dann sinnvoll, wenn Sender*innen und Empfänger*innen verschiedene kultursituative Rahmenbedingungen vorfinden. Damit ein Text nun seine intendierte Funktion erfüllen kann und Empfänger*innen eine Funktion erkennen können, brauche es entsprechende „Funktionsmarker“, also sprachliche Mittel, die einen Hinweis auf eine der vier Textfunktionen geben (Nord 1993: 9–11).

Ob ein Text vom Zielpublikum tatsächlich gemäß der Funktion rezipiert wird, die ein*e Sender*in intendiert hat, hängt auch davon ab, welche Erwartungen Rezipient*innen an diesen Text haben und auf welchen Erfahrungen – Nord (2011: 49) spricht in diesem Zusammenhang von einem „(kulturspezifischen) Weltwissen“ – diese Erfahrungen beruhen. Sie bezieht sich dabei auf das Wissen darüber, nach welchen Konventionen Texte gestaltet sind. Demnach werden die Erwartungen von Rezipient*innen erfüllt, wenn Texte so verfasst sind, dass sie in einer bestimmten Kommunikationssituation akzeptiert werden können. Für Translator*innen bedeutet dies, dass sie Konventionen befolgen müssen, damit Botschaften vom adressierten Publikum nicht abgelehnt werden. Translation betrachtet Nord (2011: 34–35) in diesem Zusammenhang als eine Form des kommunikativen Verhaltens, Konventionen wiederum als ein Werkzeug zur Regelung sozialen Verhaltens. Sie werden durch Sozialisation erlernt, machen dadurch das Verhalten anderer Menschen in gewisser Weise vorhersehbar und stellen dar, was innerhalb einer Kulturgemeinschaft als „das Übliche“ angenommen wird. Anders als Regeln und Normen sind Konventionen wandelbar, weil sie nicht bindend und auch nicht ausdrücklich festgelegt sind. Für das Übersetzen sind Konventionen jene Marker, die dazu beitragen, dass die Rezeption ohne Probleme erfolgen kann und Akzeptabilität nicht gefährdet wird (Nord 1993: 248).

1.3.2 Loyalität und Ethik im Umgang mit Texten

Nord erweitert in ihren Ansätzen die Theorien von Reiß und Vermeer sowie Holz-Mänttari und wendet sie textbezogen an. Sie grenzt sich dazu von der strengen Zweck- und Situationsbindung ab und definiert die Funktion eines Translats über den Bezug zu einem Ausgangstext (Prunč 2012: 175; Stolze 2011: 195). Das führt zur Implementierung des Konzepts der Loyalität (Nord 2018: 114–115). Damit einher geht die Auffassung, dass Translator*innen nicht nur dem Ausgangstext gegenüber verpflichtet sind, sondern insgesamt den unterschiedlichen Akteure*innen im Kommunikationsprozess. Sie alle haben verschiedene Anforderungen an den Prozess. Während auf der Seite der Auftraggeber*innen die Deckung eines Bedarfs unter bestimmten Voraussetzungen im Vordergrund steht, ist es für Ausgangstextautor*innen eine Informationsübertragung in einer dem originalen nicht widersprechenden Art und Weise. Auf Rezipient*innenseite müssen hingegen die Erwartungen in Hinblick auf das Translat erfüllt werden können, sodass der von den Translator*innen intendierte Skopos eintritt. Die Skopoi des Zieltextes und der Quelle müssen dazu miteinander verknüpft werden (Hebenstreit 2020: 64).

Nord sieht sich trotzdem auch insofern dem Ausgangstext gegenüber verpflichtet, als dass sie die kulturspezifischen Intentionen von Ausgangstextsender*innen in ihre Arbeit miteinbezieht. Daher muss der Sinn, der einem Text in der Produktion gegeben wird, nicht jenem der Rezeptionssituation entsprechen. Nord argumentiert, die ethische Verantwortung von Translator*innen liege darin, Abweichung von Konventionen, wenn notwendig oder gar beabsichtigt, allen Kommunikationsbeteiligten begründet zu kommunizieren, um eine Illoyalität zu einem Team-Mitglied (inklusive der Translator*innen) gegenüber zu erkennen. Zusammengefasst wird diese Auffassung in der Formel „Funktion plus Loyalität“ (Nord 2018: 113–117). Der Begriff der Loyalität wird später als „Ethik der Konfliktprävention, des Vertrauens, der Professionalität und der Wahrhaftigkeit“ konkretisiert (Nord 2011: 104; Prunč 2012: 175–177, 341; Stolze 2011: 196).

Prunč (2012: 341) fehlt in dieser Präzisierung ein moralisches Korrektiv, denn nach Nord's Prinzip liege die alleinige Verantwortung auf Translator*innen-Seite. Vielmehr müssten alle Beteiligten am Translationsprozess verantworten, ob eine translatorische Handlung misslingt oder glückt. Prunč (2012: 341) meint:

In einer demokratischen Translationskultur ist allerdings das unidirektionale Konzept der Loyalität der Translatoren zu den anderen Handlungspartnern konzeptuell durch eine reziproke vierfache Loyalität aller Handlungspartner zu ersetzen.

Die Verantwortung, die den Translator*innen hierbei bleibt, ist kreativ mit „Interessenskonflikten in ihrem Interaktionsfeld“ umzugehen. Gerade der Fokus auf kontext- und situationsspezifische Problemlösungen, den die funktionalen Ansätze der Translationstheorie ermöglichen, ist hierbei auch als ethischer Auftrag zu werten, denn Translator*innen erhalten dadurch die Befähigung verantwortlich handelnde Mitgestalter*innen eines jeweiligen soziokulturellen Gefüges zu werden (Prunč 2012: 337–339).

1.4 Multimodalität und Übersetzung

Wie dargestellt hat sich bereits bei Reiß und Vermeer (1984) sowie bei Holz-Mänttari (1984) abgezeichnet, dass sich die Übersetzungswissenschaft zunehmend mit den Anforderungen multisemiotischer und multimodaler Texte wie sie etwa bei Fernsehserien, Filmen, Comics, der Oper oder Theaterproduktionen auftreten, zu befassen hat. Die Funktionalist*innen haben den Weg für ein Textverständnis bereitet, nach dem die Bedeutung in einem Verbund von Botschaftsträgern durch verbale und nonverbale Elemente konstituiert wird (Kaindl 2024: 36). Multimodalität tritt nach Künzli (2017: 30) dann ein, wenn anders als bei monosensuellen Medien mindestens zwei Wahrnehmungssysteme („Modes“) genutzt werden, um Informationen zu verarbeiten. International hat sich dazu die Bezeichnung multimodaler Text im Laufe der vergangenen Jahrzehnte durchgesetzt. Dabei geht es nicht mehr nur um die Zeichenhaftigkeit der Textkonstitution (semiotische Perspektive), sondern um die Medialität (Kaindl 2024: 37–38). Die Bezeichnung geht nicht zuletzt auf den soziosemiotischen Ansatz von Kress und van Leeuwen zurück, wobei der Modalitätsbegriff im deutschsprachigen Bereich nach wie vor eher sprachwissenschaftlich betrachtet werde. Letzteres sei ausschlaggebend dafür, dass lediglich in den Blick genommen werde, ob ein Text visuell oder akustisch wahrgenommen wird, nicht aber wie verschiedene Modi zusammenwirken (Gambier 2007; Kaindl 2024: 37; Künzli 2017: 30–32).

1.4.1 Multimodale Ansätze

Kress und van Leeuwen betrachten Multimodalität als ein Textgestaltungsprinzip, wonach sich die Bedeutung eines Textes im Zusammenwirken verschiedener Modi konstituiert (Kaindl 2024: 37–38). Welche Modi dabei zum Einsatz kommen und wie sie medial ausgestaltet werden, hängt dabei von sozialen, kulturellen und genrespezifischen Faktoren ab. Die Art wie ein multimodaler Text produziert wird und jene, wie er an das Publikum ausgespielt wird, werden damit zum Teil des multimodalen Textes (Kaindl 2024: 37–38). Kaindl (2024: 38) führt

ins Treffen, dass so „semiotische Ressourcen und ihre mediale Realisierung in ihrer Abhängigkeit“ betrachtet werden könnten. Darauf aufbauend entstanden weitere Modelle zur Multimodalität, beispielsweise auch jenes von Baldry und Thibault (2006). Es stellt ein detaillierteres Modell dar, anhand dessen bestimmt werden soll, wo und durch welchen Modus Bedeutung in Filmen entsteht. Sie berücksichtigen dabei, dass gleichzeitig verschiedene Zeichenrepertoires bedient werden. Multimodale Texte sind demnach zusammengesetzte Produkte, die sich aus der Verbindung der Wirkung aller zu ihrer Erstellung und Interpretation verwendeten Ressourcen ergebe (2006: 18).

Allgemein ist diese Feststellung ebenso wie der Ansatz von Kress und van Leeuwen nicht revolutionär. Kaindl (2020: 51–57) verweist darauf, dass die Ansätze, die bereits in den 1970er-Jahren zu erkennen waren, nicht ausreichend weiterverfolgt und lange nachrangig behandelt wurden. Mehr Aufmerksamkeit wird ihnen seit den 1990er-Jahren zu Teil, als die Audiovisuelle Translation in die Übersetzungswissenschaften eingegliedert wurde (Kap. 2). Trotzdem gebe es diesbezüglich weiterhin Defizite. Wie Kaindl (2020: 57) anmerkt, hilft der Blick auf die Bereiche Modus, Medium und Genre dabei, den Fokus auf sprachwissenschaftliche Aspekte in der Betrachtung von Multimodalität zu überwinden – mit dem Ziel „to understand translation as a modal, medial and generic practice“.

In der jüngeren Vergangenheit gab es im Bereich der multimodalen Translation stetig wissenschaftliche Auseinandersetzungen, die aufzeigen, dass die multimodale Translation einerseits unterschiedlichste Untersuchungsgegenstände aufweist und andererseits dafür auch unterschiedliche Untersuchungsmethoden notwendig werden, wenn ausschließlich linguistische Ansätze abgelegt werden sollen (Gambier 2023; Jiménez Hurtado et al. 2018; Kaindl 2020). Daraus resultieren Ansätze, die sich damit auseinandersetzen, wie unter anderen Audiodeskriptionen, Untertitelungen oder Videospiele eingesetzt und miteinander kombiniert werden können. Hurtado, Tuominen & Ketola (2018: 7–12) schlagen dazu beispielsweise drei methodologische Ansätze vor: die metafunktionale Analyse, korpusbasierte Methoden und die Rezeptionsforschung. Gambier (2023: 2) verweist zudem darauf, dass Medien in all ihren Erscheinungsformen inzwischen größere Beachtung in der Übersetzungswissenschaft erfahren, darunter falle auch die Übersetzung journalistischer Inhalte⁸. Dies zeigt, dass multimodale Phänomene in der Übersetzungswissenschaft inzwischen immer größere Beachtung finden, aber auch, dass bislang dennoch keine gemeinsame multimodale Theoriebasis vorliegt. Der

⁸ “In addition to audiovisual translation (AVT), other fields have begun to give rise to research, for example, the translation of information, and more generally what is called journalistic translation.” (Gambier 2023: 2)

Bedarf nach dem Ausbau dieser jüngeren Ansätze ist somit gegeben (Gambier 2023: 7; Kaindl 2024: 40–42).

1.4.2 Translatorisches Handeln im multimodalen Raum

Innerhalb der Übersetzungswissenschaft werden multimodale Übersetzungen dem Bereich der audiovisuellen Translation (Kap. 2) zugeordnet (Künzli 2017: 30–31). Dabei wird stark diskutiert, ob die unterschiedlichen Translationspraktiken tatsächlich als Übersetzung zu betrachten sind, oder, ob nicht eher Begriffe wie Adaptation, Lokalisierung oder Transkreation zutreffen würden. Mit dem Begriff der Adaptation beziehungsweise der „transadaption“ meint Kaindl (2024: 41) basierend auf Gambier (2003) „die verschwimmenden Grenzen zwischen wörtlicher und freier Übersetzung“ sowie den unterschiedlichen Zielgruppen und ihren Bedürfnissen. Adaptation beschreibe demnach den Transfer von einem Medium in ein anderes, das heißt, den Wechsel zwischen verschiedenen Medien. Als Transkreation werden die Verbindung zwischen Translation und Kreativität verstanden. Verwendung findet er vor allem dort, wo neben sprachlichen, auch musikalische und visuelle Zeichen zielgruppengerecht angepasst werden, wie etwa im Bereich der Videospielübersetzung. Von Lokalisierung wiederum wird überwiegend bei der Übersetzung von Produkten gesprochen, die sowohl sprachlich als auch kulturell, technisch und rechtlich an die Anforderungen eines Zielmarktes angepasst werden müssen, wie man das etwa von Softwareprodukten kennt (Kaindl 2024: 42). Die einzelnen Begriffe sind auch Gegenstand von kritischen Auseinandersetzungen. Kaindl (2024: 41–43) verweist etwa darauf, dass gerade der Begriff Lokalisierung oft mit einem laienhaften und nicht mehr zeitgemäßen Verständnis von Übersetzung assoziiert wird. Er verweist zudem auf Romero-Fresco und Chaume (2022), die in diesem Zusammenhang eher von „Creative Audiovisuell Translation“ sprechen, also von kreativer audiovisueller Translation. Sie erklären:

Creative AVT refers to those media localisation and adaptation practices that, on the one hand, provide linguistic and cultural access to media and, on the other, claim to make an artistic, imaginative or creative contribution to the audiovisual text that can elicit a new audience experience [...]. (Romero-Fresco & Chaume 2022)

Die Diskussion zeigt, dass multimodale Texte auf para- und nonverbale Ressourcen bauen, um ein Gesamtwerk darzustellen (Reinart 2018: 131; Zabalbeascoa 2024: 23). Gambier (2023: 3) fasst zusammen: „Multimodality thus covers a wide variety of texts and forms of communication and can now be associated with many types of translation and localization.“

Kaindl (2013: 258–259) setzt die multimodalen Ansätze in Verbindung mit Holz-Mänttärís translatorischem Handeln (1984). Er greift unter anderem auf, dass Holz-Mänttári vor allem erforschte, welche Handlungsschritte es für die Erstellung multimodaler Texte über sprachliche und kulturelle Barrieren hinweg braucht – und dass sie in Bezug auf die Erstellung von Texten stets auf den multimodalen Charakter der „Botschaftsträger im Verbund“ hinwies.

Auch Nord (2012: 7) verweist darauf, dass sich bereits Holz-Mänttári (1984) ein Textbegriff finden lässt, der Text als „Kombination aus verbalen, nonverbalen und paraverbalen Ausdrucksmitteln auffasst“. Texte können also in zahlreichen Modi auftreten und Audiovisuelle Darstellungsformen somit alle Texttypen aufweisen (Nord 2024: 169). Das hat natürlich einen Einfluss auf die Übersetzung, insbesondere, wenn, wie in den oben ausgeführten funktionalen Übersetzungstheorien Texte selbst als kommunikative Handlung aufgefasst werden. Mit der Entscheidung für die Produktion eines audiovisuellen Textes eröffnen sich somit verschiedenste Möglichkeiten, wie ein Skopos erreicht werden kann. Wesentlich dabei ist die Auffassung, dass Bedeutung nicht nur durch Sprache geschaffen wird, sondern eben durch das Zusammenspiel unterschiedlicher Modi und deren Umsetzung in verschiedenen Medien (Pérez-González 2014: 281). Für die Übersetzung kann dies konkret auch einen Wechsel von Modus und Medium bedeuten (Pérez-González 2014: 187). Dieses Phänomen kann beispielsweise anhand des Alltages journalistischer Redaktionen veranschaulicht werden: Internationalen Agenturmedien in englischer oder französischer Sprache können beispielsweise in Erklärvideos für TikTok übersetzt werden (Bertolaso 2025: 15; Bolz 2025: 95–105).

Kaindl (2013: 261–262) unterscheidet in diesem Zusammenhang acht Übersetzungstypologien: intramodal (innerhalb eines Modus), intermodal (zwischen mehreren Modi), intramedial (innerhalb eines Mediums) und intermedial (über mehrere Medien hinweg). Diese lassen sich außerdem danach unterscheiden, ob sie innerhalb einer Kultur oder zwischen Kulturen stattfinden. Laut Gambier (2023: 3) zeigt diese Typologie, wie vielfältig Translation – nicht zuletzt durch digitale Entwicklungen – über die vergangenen Jahrzehnte geworden ist. Diese Entwicklungen spiegeln auch einen grundlegenden Wandel der Übersetzungswissenschaften, wie Gambier (2023: 15) anmerkt:

In Translation Studies today, two paradigms are evolving. On the one hand, there is the more conventional conceptualization of translation which has endured for centuries through the equivalence paradigm and has evolved into one that is more oriented towards the public audience targeted. This is the ‘cultural turn’ paradigm. It exists concurrently with another changing paradigm, one which reflects the platforms and mediums through which the activity of translation is now being carried out. In this sense, the paradigm of the book (upon which

the paradigm of equivalence is based) transforms into one that is digital and of the Web (where the text to translate becomes multimodal).

Díaz-Cintas und Remael (2021: 79) verdeutlichen zudem, dass in einem multimodalen Umfeld, auch Kulturen und viele der daraus hervorgehenden Texte mehrsprachig sind- Deshalb sei auch die Übersetzung nicht mehr zwischen einsprachigen Kulturen und Botschaften, sondern auf Basis dieser monomodalen und multilingualen Texte innerhalb und zwischen mehrsprachigen Einheiten zu denken.

2 Interlinguale Untertitelung im Rahmen der audiovisuellen Translation

Bei der audiovisuellen Translation (AVT) handelt es sich um einen Forschungsbereich innerhalb der Übersetzungswissenschaft, der erst ab den 1990er- Jahren wirklich in den Fokus der wissenschaftlichen Diskussion gelangte (Díaz Cintas & Remael 2021: 1). Seither hat sich der Bereich allerdings zu einem der bedeutendsten innerhalb der Übersetzungswissenschaft entwickelt (Jüngst 2020: 1). Die Gründe dafür finden sich im raschen gesellschaftlichen Wandel wieder. Vor allem der ständige Fortschritt technologischer Kommunikations- und Unterhaltungstools stellt die AVT laufend vor neue Herausforderungen, denn jede neue technische Entwicklung ist für sie relevant. Das liegt daran, dass sich die Technik massiv auf das Nutzungsverhalten, die Erwartungshaltung in der Rezeption, aber auch auf Arbeitsprozesse auswirkt. Nicht zuletzt werden durch die ständig neuen Möglichkeiten auch die Grenzen der audiovisuellen Translation immer wieder in Frage gestellt und neu definiert (Guillot 2019: 32). Das Phänomen lässt sich seit den Anfängen der AVT nachvollziehen und wirkt sich auch auf ihre Übersetzungsformen aus. Dazu gehören neben der Untertitelung auch weitere Bereiche wie beispielsweise die Übertitelung in Theater und Oper, die Audiodeskription für blinde und sehgeschädigte Menschen, die Synchronisation, das Voice-Over, oder auch die Lokalisierung von Videospielen und sonstiger Software (Jüngst 2020: 14–16, 253)⁹. Die Untertitelung wiederum kann, wie später in der Arbeit ausgeführt, in inter- und intralinguale Untertitelung unterteilt werden (2020: 1–3). Letztere bilden das Hauptaugenmerk der vorliegenden Masterarbeit. Daher soll nachfolgend auf die für die Definition der interlingualen Untertitelung relevanten Begriffsentwicklungen innerhalb der AVT eingegangen und die historischen Entwicklungen der Disziplin dargestellt werden. In weiterer Folge wird herausgearbeitet, wie die jüngsten Entwicklungen die Kommunikation und somit die interlinguale Untertitelung als Mittel zur Informationsweitergabe beeinflusst haben bzw. womit die Disziplin in jüngster Zeit konfrontiert wurde.

2.1 Der Begriff *audiovisuelle Translation*

Der Begriff der audiovisuellen Translation ist relativ jung. Die heute von der AVT beschriebenen Phänomene wurden lange nicht mit der Übersetzungswissenschaft in Verbindung gebracht. Das heißt aber nicht, dass sie nicht sehr wohl erkannt wurden. In den

⁹Um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen, wird an dieser Stelle nicht detailliert auf die verschiedenen Formen der AVT eingegangen. Einen umfassenden Überblick geben aber unter anderen Pérez-González (2019), Jüngst (2020) oder Künzli & Kaendl (2024).

1960er Jahren etwa wurden Synchronisation und Untertitelung im Rahmen psychologischer und linguistischer Überlegungen betrachtet. Zwar wurde hier noch nicht direkt an die sich langsam als eigenständige Disziplin etablierende Übersetzungswissenschaft angeknüpft, wohl aber Konzepte eingefordert, die später dafür relevant wurden. Konkret geht es dabei auch um die Forderung, in der Forschung zur Synchronisation und Untertitelung die Struktur und das Verhalten des Publikums nicht außer Acht zu lassen (Agnetta & Künzli 2024: 23–24). Dies ist ein Aspekt, der, wie im vorherigen Kapitel ausgeführt, auch wesentlich für die funktionale Übersetzungswissenschaft werden sollte.

Die Bestrebungen, die Phänomene der AVT mithilfe einer eigenen Terminologie zu benennen zeugen vom Versuch, die Komplexität der AVT in all ihren unterschiedlichen Ausprägungen sowie den stetigen technologischen Wandel, der auf die Disziplin wirkt, zusammenzuführen (Agnetta & Künzli 2024: 24; Díaz Cintas & Remael 2021: 5–6). In der deutschsprachigen Literatur findet sich oft auch der Begriff *Medienübersetzen* (Jüngst 2020: 14). Spätestens gegen Ende der 2000er-Jahre setzt sich im wissenschaftlichen Sprachgebrauch aber weitgehend der Begriff *audiovisuelle Translation* durch (Agnetta & Künzli 2024: 24). Der Terminus lässt sich sprachübergreifend einsetzen und hat sich in den vergangenen Jahren auch auf Bedeutungsebene emanzipiert: Wurde er anfänglich vor allem verwendet, um interlinguale Translationen zu beschreiben, rückte nach und nach der Aspekt der *Accessibility* in den Fokus. Gemeint ist damit, verschiedensten Zielgruppen ohne Barrieren einen Zugang zu Inhalten und Informationen zu gewähren (Díaz Cintas & Remael 2021: 6–7). Dadurch zeigt sich: Die AVT gilt heute nicht nur als ein komplexer Gegenstandsbereich, sondern aufgrund dessen auch als besonders geeignet für die interdisziplinäre Forschung. Dies bezieht sich auch auf die Film- und Medienwissenschaft. Letztere werden etwa relevant, wenn es – wie auch im Falle von Informationsmedien – um Fragen von Bildgestaltung und Storytelling geht, mit allen notwendigen Aspekten wie Kameraführung, Schnitt oder Ton, und darum, die unterschiedlichen sprachlichen sowie graphischen Codes eines audiovisuellen Textes zu betrachten (Agnetta & Künzli 2024: 28–29; Jüngst 2020: 28–35).

2.2 (Interlinguale) Untertitelung: Forschungsüberblick

2.2.1 Definitiorische Merkmale

Die Untertitelung gilt als eines der meist besprochenen Felder¹⁰ der AVT (Künzli 2024: 107). Dieser Arbeit liegt die Auffassung zugrunde, dass *Untertitelung* einerseits das Erstellen von

¹⁰ Untertitelung und Synchronisation gelten als die am weitesten verbreiteten Formen der AVT, was dazu geführt hat, dass die Forschung sich anfänglich beinahe ausschließlich auf diese beiden Bereiche konzentriert hat.

Untertiteln meint und andererseits die Gesamtheit der Untertitel in einem audiovisuellen Übersetzungsprojekt. Der Begriff *Untertitel* wiederum beschreibt den einzelnen Teil des Projektes beziehungsweise das Endprodukt (Künzli 2017: 11). Dasselbe kann auf verschiedenste Art und Weise erstellt werden. Alexander Künzli (2024: 107) hält dazu fest:

Untertitel sind eine intra- oder interlinguale schriftliche, meist gekürzte Übersetzung eines überwiegend gesprochenen, jedoch aus akustischen und visuellen Zeichen bestehenden Ausgangstextes, die quasi-synchron zu diesem eingeblendet wird.

Künzli führt in dieser Definition mehrere Merkmale gleichwertig an, die in früheren Definitionen innerhalb des Forschungsbereiches entweder als Alleinstellungsmerkmal für die Untertitelung, als Kuriosum oder aber schlicht nicht als relevant betrachtet wurde. Sie wurden allerdings parallel zu den Entwicklungen in der AVT immer wieder neu erfasst und entsprechend adaptiert (Guillot 2019: 32–33). Nachvollziehen lässt sich dies beispielsweise bei Gambier (2003, 2013) oder Pérez-González (2009, 2014, 2019). Sie fokussierten zu Beginn der 2000er-Jahre auf den Sprachtransfer einerseits sowie auf den Übertrag eines mündlichen Dialogs in geschriebenen Text und den Schaffensprozess andererseits (Guillot 2019: 32). Bemerkenswert ist auch ihre Bewertung der Darstellungsformen. In den Definitionen ab den frühen 2000er-Jahren wird darauf verwiesen, dass Untertitel aus ein bis zwei Zeilen bestehen und vorwiegend am unteren Bildrand (Leinwand oder Bildschirm) zu finden sind (Guillot 2019: 32; Künzli 2024: 108). Darüber hinaus wurde in früheren Auseinandersetzungen Wert auf die maximale Zeichenanzahl (36 bis 40 Zeichen) sowie die Dauer, die ein Untertitel sichtbar sein sollte (mindestens eine bis maximal sechs Sekunden), gelegt (Guillot 2019: 34; Künzli 2024: 107–109).

Diese zeitlichen und räumlichen Vorgaben ergeben sich aus der vermuteten Zeit, die das Zielpublikum benötigt, um Untertitel zu lesen. Dies geht vor allem auf die Filmuntertitelung zurück. Sie galt lange als Maßstab für die interlinguale Untertitelung (Künzli 2024: 107). Mit dem Einzug der DVD rund um die Jahrtausendwende, spätestens aber als mit den ersten Online-Videoplattformen ein neues Zeitalter für Bewegtbild-Formate anbrach, wurde das Verständnis dessen, was (interlinguale) Untertitel zu leisten haben, völlig auf den Kopf gestellt. Diese haben

Dies wurde innerhalb der Übersetzungswissenschaft durchaus auch kritisch betrachtet (Laine 1996), denn es handelt sich um ein hochkomplexes Forschungsfeld, innerhalb dessen es noch viele Fragen zu den genaueren Abgrenzungen der einzelnen AVT-Formen zu klären gibt (Agnetta & Künzli 2024: 24).

das Kommunikations- und Nutzungsverhalten revolutioniert, plötzlich waren Inhalte aus aller Welt für jede*n zugänglich¹¹ (Kurch 2024: 362; Stössel 2024: 219–221).

Der Fokus auf verschiedene Sprachen verschwindet im Laufe der 2010er-Jahre und weicht einer Auffassung, in der auch intralinguale Untertitel Platz finden. Außerdem rückt die Frage, wer Untertitelt, mehr und mehr in den Fokus. Wurde anfänglich noch zwischen der Person, die übersetzt und jener, die Untertitelt, unterschieden, verschmolzen die Aufgaben und Anwendungsgebiete mit der Zeit so sehr, dass in späteren Definitionen von einer Person ausgegangen wird, die den Untertitelungsvorgang von der Übersetzung über das Spotting beziehungsweise Time-Coding bis zur Redaktion samt Nachbearbeitung der Untertitel übernimmt (Guillot 2019: 32; Künzli 2024: 107). Geblieben ist eine rege Diskussion darüber, wo am Bildschirm Untertitel sichtbar werden sollen bzw. ob die genaue Position der Untertitel ein wesentliches Merkmal darstellt. Pérez-González (2019: 31) verortet Untertitel bis heute „near the bottom of the frame“, Künzli (2024: 108) sieht diese Frage als „nicht abschließend geklärt“ an. Ähnliches gilt für den Fokus auf die Zeichenzahl pro Untertitel. Denn: Die wachsende Beliebtheit von Videocontent hat nicht nur den Bedarf an Untertiteln aller Art verstärkt, sondern Arbeits- wie Rezeptionsprozesse verändert (Guillot 2019: 32, 36). In anderen Worten: Die Untertitelung ist im Laufe der vergangenen Jahre derart heterogen geworden, dass Zeilen- und Zeichenzahlen sowie die Standdauer für ihre Definition kaum mehr als relevant gelten (Künzli 2024: 109). Reinart (2017) argumentiert zudem, dass die graphische Umsetzung von Untertiteln hinter modernen Standards zurückgeblieben ist (2017: 100).

Wie die eingangs genannte Definition von Künzli (2024) zeigt, spielen inzwischen vor allem Merkmale der Multimodalität wie beispielsweise Musik, Gestik, Mimik oder die Interaktion zwischen Bewegt- und Standbild (akustisch und optisch operierende Codes) für die Definitionen von Untertitelung eine Rolle, ebenso wie die Relation zum Ausgangstext. Dies findet sich auch bei Pérez-González (2019: 31), der Untertitel als „snippets of written text“ betrachtet. Künzli (2024: 108) verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass die Übersetzung von Untertiteln eine Wiedergabe von Teilen des Originaltextes darstellen, wobei sie möglichst zeitgleich zum Ausgangstext in Erscheinung treten. Damit wird ein gleichzeitiger sprachlicher Transfer auf drei Ebenen beschrieben, die bei Nagel (2009: 51–52) *Übersetzung*, *Dichtung* und

¹¹ Auch DVDs oder Blu-ray-Disks ermöglichen den Konsum von Inhalten aus aller Welt, allerdings nicht in Echtzeit und mit Ländercodes versehen. Das bedeutet, wer eine DVD in den USA erwirbt, kann sie aufgrund des Ländercodes, einer regional auferlegten Verschlüsselung von Datenträgern, auf gängigen europäischen Geräten sehr wahrscheinlich nicht nutzen. Dieser Faktor fällt bei Online-Plattformen nur im Falle öffentlich-rechtlicher Inhalte ins Gewicht, die aus gesetzlichen Gründen nur innerhalb eines bestimmten Sendebereichs gezeigt werden dürfen (Europäisches Parlament & Rat der Europäischen Union 2018).

Modustransfer heißen. Es wird also aus einer A-Sprache in eine B-Sprache übersetzt und dabei ein längerer (meist gesprochener Text) in einen kürzeren (schriftlichen Text) übertragen. Es handelt sich dabei zwar überwiegend um den Übertrag auditiver Elemente in schriftliche, allerdings sehr wohl auch um den Übertrag visueller Elemente in schriftliche. Letztere können sich ebenso auf den Übertrag von Schriftelementen in den Kontext der Ziltexte beziehen (Künzli 2024: 108). Um Untertitelung und ihre Merkmale zu beschreiben, braucht es Definitionen, die flexibel genug sind, um alle Formen des Forschungsbereiches zu umfassen (Reinart 2018: 135–136). Dies führt gleichzeitig dazu, dass auch die Subformen der Untertitelung nicht ganz klar voneinander getrennt werden können, da sie sich immer wieder gegenseitig beeinflussen (Díaz Cintas & Remael 2021: 11).

2.2.2 SDH-Untertitelung

Die Forschungsbemühungen im Bereich der Untertitelung bewegten sich in der jüngeren Vergangenheit zu einem großen Teil in Richtung intralinguale Untertitelung, und hier insbesondere in Richtung der SDH-Untertitelung (Subtitling for the d/Deaf and hard of hearing). Hier weist die Originalsprache des Ausgangsvideos dieselbe Sprache auf, wie die der zielsprachigen Untertitel. Inhaltlich sind die Untertitel um paralinguistische Informationen wie etwa Musik oder Hintergrundgeräusche ergänzt. (Díaz Cintas & Remael 2021: 12–14; Künzli 2017: 14, 131). Die großen Forschungsschwerpunkte in der intralingualen Untertitelung liegen auf der Frage nach Lesbarkeit, Lesegeschwindigkeit und Verständlichkeit. Untersucht wird, ob eher wörtliche (*verbatim subtitles*) oder eher bearbeitete Untertitel (*edited subtitles*) zum Einsatz gelangen sollten, beziehungsweise in welchen Situationen sich die eine oder die andere Form am ehesten anbietet. Im Fokus dabei ist, wie viele Zeichen pro Sekunde in einem Untertitel maximal aufscheinen sollten, damit dieser noch von den Rezipient*innen erfasst werden kann. Wissenschaftler*innen plädieren oft dafür, Untertitel zu bearbeiten, also akustische Informationen durch kürzere Paraphrasen oder Auslassungen komprimiert wiederzugeben. Zielgruppenverbände allerdings fordern, dass die Rezipient*innen von keiner Information ausgeschlossen werden und selbst entscheiden können, welche Information, sie als relevant erachten. In der Praxis scheint letzteres allerdings kaum ohne Qualitätseinschränkung bei den Untertiteln möglich. Die Forschung befasst sich hier mit der Frage, wie dieses Dilemma zu lösen ist. Dabei wird unter anderen in den Blick genommen, wie sich die Lesegeschwindigkeiten von Rezipient*innen, auch angesichts eines immer multimodaleren Alltages, verändern. In Bezug auf Verständlichkeit wird zudem untersucht, inwiefern die Abweichung zwischen Gesagtem und Gehörtem das Verstehen – selbst bei einer verringerten

Lesezeit – beeinträchtigt. Dies ist relevant, da ein großer Teil der SDH-Zielgruppe über ein Resthörvermögen verfügt (Mälzer & Wünsche 2020: 336–337).

Die Untersuchungen im Bereich der SDH-Untertitelung liefern insgesamt wichtige Erkenntnisse für die Forschung zur Barrierefreiheit (Kap. 3.4) und beeinflussen damit auch die Standards in der interlingualen Untertitelung (Agnetta & Künzli 2024: 26), deren Entwicklung sich bis heute nahe an den Film- und Medienwissenschaften abspielt (Reinart 2017: 93). Letzteres lässt sich auch am Einsatz von Untertiteln in der Sprachenlehre (Kap. 2.2.6.1) erkennen.

2.2.3 Fansubbing

Der Begriff *Fansubbing* beschreibt allgemein die Untertitelung von Filmen und Serien durch eine Fan-Community und hat sich davon ausgehend weiterentwickelt (Pérez-González 2014: 17). Die Unterscheidung zu anderen Formen der Untertitelung basiert auf dem Amateur*innen-Status der Person, die eine Untertitelung vornimmt, wobei es unterschiedliche Motive für die Ausübung der Tätigkeit geben kann (Künzli 2024: 114–115). Die Tätigkeit ist nicht legal, aber meist geduldet (Künzli 2017: 158). *Fansubbing* wird wie das *fandubbing* im Bereich der Synchronisation und das *romhacking* im Videospiel-Sektor zur *fan AVT* gezählt. Ihnen allen gleich ist, dass es sich dabei um Übersetzungen von Fans (im Gegensatz zu professionellen Translator*innen) handelt (Dwyer 2019: 436). *Fansubbing* bezieht sich auf Untertitel, die von Fans für Fans erstellt werden (Fansubs); auf solche, die aus aktivistischen Motiven generiert werden, um Zensur zu umgehen (Guerilla-Untertitel); und auch auf jene, die aufgrund eines besonderen Interesses an einem Projekt entstehen (altruistische Untertitel) (Künzli 2024: 114–115). Vor allem die Schnelligkeit, in der Fansubs erstellt werden, hat in der professionellen AVT für Aufsehen gesorgt. Mittlerweile gibt es zahlreiche Unternehmen, deren Übersetzungsmethoden auf Fansubs basieren bzw. die von Fansubbing-Gruppierungen gegründet worden sind (Dwyer 2019: 436–441). Zudem greifen inzwischen auch TV-Anstalten auf die Untertitelungsarbeit von Fansubber*innern zurück (Reinart 2018: 137). Zu ihrem Höhenflug haben nicht zuletzt Online-Plattformen und diverse global agierende Streaming-Dienste beigetragen.

Die Erkenntnisse aus der Fansubbing-Forschung wirken sich auf den wissenschaftlichen Diskurs zur Erstellung von inter- und intralingualen Untertiteln aus. Dazu gehört auch die Frage, wer untertitelt, beziehungsweise, wer untertiteln darf und wie sich professionelle von nicht professionellen Untertiteln unterscheiden. In der Praxis verschwimmen hier die Grenzen zwischen Amateur*innen- und Expert*innen-Arbeit zunehmend (Gottlieb 2024: 410),

wenngleich Forscher*innen dennoch einige Unterschiede ausmachen. Künzli (2017: 158-159) stellt eine Liste solcher Unterschiede dar:

- Visuelle Gestaltung: Der Einsatz verschiedener Schriftgrade, -arten und -schnitte richtet sich beim Fansubbing oft nach der Bildästhetik. Prosodische und paralinguistische Merkmale werden durch typografische Mittel markiert. Dies soll einen Fokus auf die Wiedergabe der zwischenmenschlichen Dimension von Kommunikation legen.
- Sprecheridentifizierung: Verschiedene Farben dienen dazu, Sprecher leichter zu identifizieren oder um Sprachvarietäten zu kennzeichnen. Diese Vorgehensweise ist auch aus der SDH-Untertitelung bekannt.
- Anmerkungen zu Kulturspezifika: Dabei handelt es sich um Erklärungen von sprachlichen Elementen ohne Eins-zu-eins-Entsprechung. Sie werden oft als Übertitel oder Blasen in der oberen Bildschirmhälfte eingeblendet. Im Falle, dass sie in den Untertiteln selbst eingesetzt werden, werden andere Farben verwendet. Dabei erfolgt ein Verstoß gegen das definitorische Untertitel-Kriterium der Synchronität zwischen Ton und Text.
- Vorwörter: Hier finden oft Erläuterungen zur Untertitelungsstrategie oder zu den untertitelnden Personen selbst Platz.
- Mehrzeilige Untertitel: Untertitel, die mehr als zwei Zeilen haben, kommen vor allem bei Dialogteilen mit hohem Sprechtempo zum Einsatz. Auch Zeichenzahlen von über 40 Zeichen pro Untertitel sind dabei möglich.
- Wechselnde Positionen: Untertitel werden nicht zentriert in der unteren Bildschirmhälfte platziert, sondern, beispielsweise bei der jeweils sprechenden Person.
- Einblendung: Untertitel als Produkt des Fansubbings werden vielfach nicht statisch (in Blockform), sondern dynamisch (im Scrolling-Verfahren) am Bildschirm eingeblendet. Hierbei stellt sich auch die Frage, ob diese Form der Untertitel eher geeignet sind, natürliche Kommunikation realistisch in der medialen Kommunikation wiederzugeben.
- Übersetzung von Vor- und Nachspann: Die Wiedergabe solcher Informationen ist auch aus einem anderen Bereich der AVT, nämlich der Audiodeskription, bekannt.

Fansubber werden aufgrund der oben genannten Charakteristiken oft auch sichtbarer als professionelle Untertitler*innen und haben, anders als bei den meisten legalen Untertitelungen, durch Foren die Möglichkeit, direktes Feedback von ihren Rezipient*innen zu erhalten und auch einen aktiven Austausch mit ihrem Zielpublikum zu führen (Künzli 2017: 160).

2.2.4 Projekt- und Prozessforschung

Bislang dominierte in der Forschung ein Fokus auf produktorientierte Perspektiven. Die Arbeitsabläufe in der Untertitelung hingegen werden erst in der jüngeren Vergangenheit erforscht. In den Blick genommen wird dabei unter anderem, welche Rolle Untertitler*innen in einem Projekt einnehmen, wie effiziente Produktionsabläufe aussehen und welche Faktoren sich am meisten auf die Qualität von Untertiteln auswirken (Künzli 2024: 116). Künzli (2017: 192) zeigte auf, dass die Arbeitsteilung zwischen Übersetzer*innen und Techniker*innen, wie sie früher zu beobachten war, nicht mehr zutrifft. Inzwischen übernehmen Untertitler*innen meist sowohl das Übersetzen als auch das Setzen der Untertitel. Díaz-Cintas und Remael (2021: 57) stellen dazu fest: “In this mercurial mediascape, the timespan between the production of original audiovisual footage and its release in multiple languages has been greatly shortened”. Sie führen auch ins Treffen, dass verschiedene Unternehmen unterschiedlich arbeiten und neue technologische Fortschritte sowie wirtschaftliche Entwicklungen oft unmittelbare, tiefgreifende Auswirkungen auf das Untertiteln als Tätigkeit haben (2021: 33). Für die Forschung interessant ist somit auch die (Teil-)Automatisierung von intra- und interlingualen Untertitelungsprozessen durch die automatische Spracherkennung (Künzli 2024: 116–117). Interessant für die Forschung sind darüber hinaus die kognitiven Prozesse, die während des Übersetzens in den Köpfen von Übersetzer*innen ablaufen. Dazu stellt Künzli (2024: 117) fest:

Untersuchungen, die den Blick über rein kognitive Prozesse hinaus richten und das größere soziotechnische Arbeitsumfeld sowie die Perspektive von Untertitel-ExpertInnen selbst einbeziehen, sind – [...] jedoch noch selten.

2.2.5 Qualität

Die Bewertung der Übersetzungsqualität von Untertiteln ist in der Forschung ein immer wieder debattiertes Thema. Untertitel lassen sich auf Basis äußerer Einflüsse in Zusammenhang mit den Erwartungen und Bedürfnissen der Rezipient*innen beurteilen, aber auch auf Basis inhärenter Kriterien, zu denen die Kompetenzen der Untertitler*innen, Arbeitsteilung, Besonderheiten des audiovisuellen Modus, Lesbarkeit oder Genauigkeit zählen. In den meisten Fällen werden Untertitelungen jedoch lediglich anhand des Vergleiches mit dem Original

beurteilt. Forschende bemängeln diesbezüglich, dass kaum integrative methodisch adäquate Analysen durchgeführt werden (Künzli 2017: 145).

Ein Aspekt in diesem Zusammenhang ist, dass für die Untertitelung keine verbindlichen Standards vorliegen, die die Erfüllung von Qualitätskriterien sicherstellen würden. Dies ist darauf zurückzuführen, dass es innerhalb der Untertitelung viele heterogene Praktiken gibt und Richtlinien projektabhängig sind. Praktiker*innen und Forschende fordern daher seit vielen Jahren einheitliche Standards. Inzwischen liegen Leitlinien vor, die allgemein anerkannt sind und deswegen häufiger zum Einsatz kommen. Sie basieren, wie unter anderen Díaz Cintas und Remael (2021) anmerken, auf dem *Code of Good Subtitling* von Ivarsson und Carroll aus dem Jahr 1998. Dieser gilt als Versuch der Standardisierung. Das Dokument richtet sich an alle beteiligten Akteur*innen am Untertitelungsprozess. Während sich Forschende bemühen, daran anzuknüpfen, mischen sich inzwischen auch große Konzerne in die Debatte ein. Netflix beispielsweise hat seinen Styleguide für zeitgesteuerte Texte in mehr als 30 Sprachen kostenlos online zur Verfügung gestellt. Während die Anstrengungen in diese Richtung vielerorts als positiv bewertet werden, gibt es auch Kritik an einer zu starken Vereinheitlichung von Styleguides. Dazu wird argumentiert, dass es bereits bestehende nationale Besonderheiten gäbe, die sich nach langer Praxis entwickelt hätten. Sie seien das Ergebnis einer langen Tradition, den Zuschauenden inzwischen vertraut (2021: 91–92).

Künzli (2017: 144–145) argumentiert, dass die Bewertung von Übersetzungen allerdings durchaus problematisch ist, wenn sachliche Kritik aufgrund von fehlenden einheitlichen Kriterien kaum möglich ist. In der Untertitelung führe dieser Umstand zu Pauschalurteilen, die auf Basis von Impulswertungen und impressionistischer Eindrücke getätigt würden. Er ruft in Erinnerung, dass neben der (sprachlichen) Funktion, die Untertitel in der Rezeptionssituation zu erfüllen haben, auch die Bedingungen im Produktionsprozess berücksichtigt werden müssten. Durch den fehlenden Blick auf die Kompetenzen von Untertitler*innen kommt es zudem zu einer Kluft zwischen Wissenschaft und Praxis. Künzli (2017: 192) hält fest: „Das Bewusstsein dafür, was wissenschaftliche Erkenntnisse für die Berufsausübung und den Berufsstand professioneller Untertitler leisten können, scheint wenig ausgeprägt“.

2.2.6 Untertitel in der Lehre

Untertitel gelten als gut etablierte Werkzeuge bei der Unterstützung des Fremdsprachenerwerbs. In der jüngeren Forschung werden aber auch zunehmend weitere Aspekte der Lehre im Allgemeinen in den Blick genommen (Negi & Mitra 2022: 1794).

2.2.6.1 Sprachenlehre

In der Fremdsprachenlehre werden für die intralinguale Untertitelung sowohl Lernende im institutionellen Kontext als Zielgruppe identifiziert als auch Menschen, die außerhalb davon Bedarf haben, eine Fremdsprache zu lernen – etwa, weil sie in ein anderes Land migrieren. Letztere nutzen vor allem untertitelte Programme im Rundfunk, via Streaming oder im Internet, um die ihnen fremde Sprache zu erlernen beziehungsweise um Fortschritte in der neuen Sprache zu machen. Einige Filmfirmen und TV-Stationen haben als Folge explizit Programme¹² für Sprachenlernende mit entsprechenden intralingualen Untertitelungen eingeführt, mit dem Ziel etwaige Verständnislücken durch das Mitlesen der Untertitel zu schließen. Dabei gibt es teilweise wesentliche Unterschiede zu den Untertiteln aus anderen Bereichen. Beispielsweise werden hier vor allem verbatim Untertitel eingesetzt, was dazu führt, dass mitunter auch dreizeilige Untertitel vorkommen. Das erhöht die Informationsdichte und erfordert teilweise auch eine höhere Lesegeschwindigkeit. Für die Forschung interessant ist außerdem die Frage, inwiefern beispielsweise SDH-Untertitel mit ihren paralingualen Elementen das Sprachenlernen positiv beeinflussen. (Díaz Cintas & Remael 2021: 14–16)

In diesem Bereich verweisen Díaz Cintas und Remael auf eine Studie der Europäischen Kommission. Sie hat bereits 2011 über das Potenzial von Untertiteln zur Förderung des Fremdsprachenlernens und zur Verbesserung der Beherrschung von Fremdsprachen in Auftrag gegeben. Das Ergebnis der Studie zeigte ein weiteres Forschungsfeld innerhalb der Untertitelung auf, und zwar die Frage, ob eher inter- oder intralinguale Untertitel das Sprachenlernen unterstützen. So wurde festgestellt, dass sich für das Erlernen von Grammatik und Rechtschreibung eher intralinguale Untertitel anbieten, für den Wortschatzaufbau aber interlinguale Untertitel mehr Effekt haben dürften. Außerdem hängt der Einsatz verschiedener Formen von Untertiteln demnach vom Niveau der Lernenden ab. Die Forschungsergebnisse legen auch nahe, dass das Konsumieren von untertitelten Produkten während des Fremdsprachenerwerbs nicht nur beim Erlernen einer Sprache per se unterstützt, sondern auch ein Bewusstsein für die neue Kultur bringt. Forschende merken kritisch an, dass in diesem Bereich jedoch überwiegend Daten für Englisch als Fremdsprache vorliegen (2021: 15).

¹² Beispiele dafür sind etwa eine Kooperation der Spanischen Tageszeitung „El País“ mit dem amerikanischen Konzern „Disney“, die in den frühen 2000-ern beim Englischlernen unterstützen sollte; oder der internationale französische TV-Sender „TV5monde“, der seinen Seher*innen beim Erwerb der französischen Sprache helfen soll und dazu Teile des Programms untertitelt anbietet (Díaz Cintas & Remael 2021: 14–16).

2.2.6.2 E-Learning mit Untertiteln

E-Learning oder videobasierte Unterrichtseinheiten haben in der jüngeren Vergangenheit stark zugenommen, ebenso wie der Einsatz von Videos in Zusammenhang mit unternehmensinternen Schulungen. Gerade in mehrsprachigen Bildungskontexten kommt es oft zum Einsatz von Sprachassistenten-Tools, nicht selten in Form von Untertiteln. Die Forschung interessiert sich hierbei für den Effekt der Untertitelungen auf das Verarbeiten und Behalten von Inhalten (Negi & Mitra 2022: 1794–1795). So untersuchten beispielsweise Negi und Mitra in einer multimodalen Studie den Einsatz englischsprachiger Lehrvideos im Kontext einer indischen Kfz-Ausbildung, in der der Unterricht grundsätzlich in der Lokalsprache stattfand. Sie fanden heraus, dass die Untertitel in solchen Situationen das Verständnis der englischsprachigen Medien erleichtern können. Allerdings stellten sie auch fest, dass vor allem informationsreiche Unterrichtsmaterialien in Zusammenhang mit Untertiteln die kognitive Belastung der Lernenden erhöhten, da ihre Aufmerksamkeit zwischen dem Inhalt und den Untertiteln aufgeteilt werden musste. Intralinguale Untertitel schienen dabei einen höheren Lerneffekt bei geringerer kognitiver Belastung zu ermöglichen (2022: 1812).

2.2.7 Untertitelung in der Übersetzungslehre

Die oben dargestellten Bereiche zeigen, dass die Untertitelforschung zunehmend in den Blick nimmt, wie Geschwindigkeit, Kohäsion, Zeilenzahl und Segmentierung auf verschiedene Zielgruppen wirken und die Aufmerksamkeitsverteilung, die kognitive Belastung, das Verstehen und das Eintauchen in die Handlung beeinflussen (Künzli 2024: 115). Die jüngsten Erkenntnisse im Feld sollten sich nach Künzli (2017) auch in der Ausbildung von angehenden Untertitler*innen niederschlagen. Er (2017: 198–201) führt ins Treffen, dass es an Ausbildungsstätten für angehende Übersetzer*innen Kurse braucht, in denen angehende Untertitler*innen für die unterschiedlichen Rezeptionsansprüche und Lesegewohnheiten diverser Zielgruppen sensibilisiert werden. Im Bereich der SDH-Untertitelung beispielsweise erachtet er diesbezüglich bereits während der Ausbildung eine Zusammenarbeit mit Gehörlosenverbänden als sinnvoll. Außerdem scheint nicht nur ein Fokus auf den Unterricht sprachlicher Aspekte von Relevanz – wie es in der Vergangenheit überwiegend der Fall war – sondern auch auf umfassende pragmatische, kommunikative und interaktionelle Kompetenzen. Auch paralinguistische, kulturelle und technische Kompetenzen sollten demnach in der Untertitelungs-Ausbildung eine stärkere Rolle spielen, ebenso wie Aspekte rund um das reale Arbeitsfeld von Untertitler*innen. An dieser Stelle plädiert Künzli auch dafür die bisherigen

Kursinhalte an diversen Ausbildungsstätten zu hinterfragen und Kooperationen beziehungsweise Schnittstellen am Übergang in die Praxis genau in den Blick zu nehmen. Er bezieht sich dabei auf die Zusammenarbeit mit Medienhäusern oder Untertitelungsfirmen und die Frage, ob dort professionelle Übersetzer*innen von Praktikant*innen verdrängt werden (2017: 198–201).

2.3 Historische Einbettung

Wie die bisherigen Ausführungen gezeigt haben, unterliegt die Disziplin einem immerwährenden Wandel. Um diese stetigen Veränderungen nachvollziehen zu können, ist ein Blick in die Geschichte erforderlich. Die Wurzeln der interlingualen Untertitelung finden sich in der Stummfilmära¹³ des späten 19. beziehungsweise frühen 20. Jahrhunderts (Patalas 1969: 144–155). Gearbeitet wurde dabei unter anderem mit Zwischentiteln, also schriftlichem Text, der im Bild eingesetzt wurde, um die Handlung zu kontextualisieren bzw. die Filmfiguren näher zu charakterisieren. Diese Zwischentitel wurden bereits damals für das jeweilige Publikum adaptiert (Berry 2024: 190; Cornu & O’Sullivan 2019: 15; Pérez-González 2019: 30–31). Die zu übersetzenden Titel wurden dazu von der Produktion zu den jeweiligen Filmverleihstätten gesandt, dort übersetzt und wieder zurückgeschickt. Techniker*innen ohne Kenntnis über die jeweilige Sprache beziehungsweise Kultur hatten dann die Aufgabe die übersetzten Titel neu aufzunehmen – oft zu Lasten der Titelqualität. Beispielsweise gab es immer wieder Probleme mit der Leserlichkeit. Grund dafür war unter anderem auch die technische Umsetzung an sich – beim Ausbelichten verschmolzen die weißen Untertitel oft mit weißen Bildelementen (Cornu & O’Sullivan 2019: 16, 20; Nornes 2007: 97–98).

Als die Filmindustrie ab Mitte der 1920er Jahre den Ton entdeckte, kamen zu den Zwischen- und Untertitel neue Möglichkeiten, wie Inhalte verständlich gemacht werden können, hinzu. Die reinen Schrifttexte standen nicht mehr alleine im Fokus (Berry 2024: 189–190; Vasey 1997: 75). Vielmehr wurde auf Ton- und Sprechfilme fokussiert und teilweise sogar darin investiert, die Filme für bestimmte Märkte in mehreren Sprachen abzdrehen. Vorreiter bei dieser Vorgangsweise war Hollywood¹⁴, das mit dieser Praxis den Filmmarkt bis in die

¹³ Die Filmvorführungen der damaligen Zeit waren nicht komplett stumm. Sie wurden während der Vorführungen live von Musik oder Soundeffekten sowie von Live-Kommentaren begleitet (Dwyer 2005: 300–301).

¹⁴ Nach dem Ersten Weltkrieg erlebte die europäische Filmindustrie einen starken Einbruch. Das bis dahin führende Filmland Frankreich wurde vom US-Amerikanischen Markt abgelöst, u.a., weil Hollywood die Filme für unterschiedliche Märkte anpasste. Das bedeutet, Charaktere erhielten neue Namen, wurden neu eingekleidet, und Inhalte lokalisiert, zensiert oder gänzlich neu getextet. Zudem wurde erstmals Synchronisation in Form von Musik- und Soundeffekten eingesetzt (Vasey 1997: 75, 86, 91–92).

beginnenden 1930er-Jahre prägte (Dwyer 2005: 301; Vasey 1997: 54–72). Es stellte sich aber bald heraus, dass diese Variante sehr aufwendig und vor allem kostspielig war. Die Produktionsfirmen suchten nach günstigeren Alternativen und stießen bald auf die Synchronisation¹⁵. Dadurch konnten Menschen Filme in ihren Erstsprachen konsumieren, aber in der Produktion musste weniger Aufwand betrieben werden. Am kostengünstigsten erwies sich allerdings die mehrsprachige Untertitelung, die vor allem in kleineren Filmländern¹⁶ immer größere Beliebtheit erlangte (Reinart 2004: 75–77). Technisch wurden ab den 1930er-Jahren Varianten gesucht, um die Leserlichkeit von Untertiteln zu steigern. Durchgesetzt hat sich in der Filmindustrie bis in die frühen 1990er-Jahre das chemische Verfahren, Untertitel mithilfe eines Stempels auf das zuvor mit Paraffin beschichtete Filmmaterial zu ätzen. Daran knüpfte gegen Ende des 20. Jahrhunderts die Laser-Untertitelung an, mittels derer die Untertitel leichter auf das Filmmaterial gebrannt werden konnten. Das Problem der Leserlichkeit konnte aber auch mit diesen Verfahren nur teilweise behoben werden (Cornu & O’Sullivan 2019: 20).

2.3.1 Technologische Entwicklungen

Ab Mitte des 20. Jahrhunderts etablierte sich das Fernsehen als neues Informations- und Unterhaltungsmedium. Das erhöhte auch den Translationsbedarf erheblich (Holly 2004: 14–15). Im Bereich der Informationsmedien, also etwa bei Nachrichtensendungen, spielte die interlinguale Untertitelung zu dieser Zeit aber noch kaum eine Rolle. Vor allem im deutschsprachigen Bereich wurden internationale Gesprächspartner*innen oder aus dem Ausland übernommene Nachrichten durch eine Erklärung der Moderator*innen oder durch Synchron-Kommentare wiedergegeben (Bertolaso 2025: 10).

Das Aufkommen des Fernsehens brachte allerdings spätestens ab den 1970er-Jahren erste elektronische, mit dem Computer generierte Textsequenzen mit sich. Der Teletext zählt hierbei zu den wichtigsten Entwicklungen, denn dadurch starteten die europäischen

¹⁵ Anders als bei der Untertitelung wird bei der Synchronisation von Filmen üblicherweise die Originaltonspur mit dem ausgangssprachlichen Dialog durch eine neue Tonspur in der Zielsprache ersetzt (Jüngst 2020: 83). In Interviews etwa in Nachrichtensendungen oder Dokumentationen gilt dies allerdings nicht. Hier bleiben ausgangssprachliche Elemente erhalten, werden aber von der zieltextlichen Dialogspur überlagert. Der Zieltextdialog ist somit etwas verzögert zum Original zu hören. Diese als Voice Over bekannte Form der AVT wird beispielsweise bei Kluge (2024) näher ausgeführt.

¹⁶ Die Größe einer Filmnation wird zumeist daran gemessen, welchen Einfluss ein Land in der Filmindustrie hat. Traditionell werden als Untertitelungsländer jene Länder bezeichnet, in denen internationale Filme überwiegend interlingual untitled gezeigt werden. Länder, in denen überwiegend synchronisierte Filme gezeigt werden, sind hingegen Synchronisationsländer (Gambier 1996). Dies ist einerseits auf finanzielle Ressourcen in der jeweiligen Filmindustrie zurückzuführen, andererseits auch auf soziale Aspekte. So wird davon ausgegangen, dass in Ländern mit niedriger Alphabetisierungsrate internationale Filme überwiegend in Synchronfassung konsumiert werden (Reinart 2004: 75–76).

Nachrichtenanstalten nach und nach Projekte, um Videotext im Fernsehen zu senden. Dies erwies sich zunächst für die SDH-Untertitelung von großer Bedeutung (Díaz Cintas & Remael 2021: 12). Der Vorteil der neuen Technik: die Titel waren nun überall im Bild gut lesbar und eigneten sich daher auch für die Anwendung auf VHS-Kassetten und den später aufkommenden DVDs¹⁷ (Cornu & O’Sullivan 2019: 20). Schon seit Mitte der 1970er-Jahre zeichnet sich also ab, dass die Untertitelungspraxis eng an technologische Entwicklungen gebunden ist (Bolaños García-Escribano et al. 2021: 4). Vor allem DVD und Blue-Ray-Discs erwiesen sich als Gamechanger für die Unterhaltungsindustrie, aber auch die Welt der Informationsmedien. Plötzlich gab es die Möglichkeit, Erklärmaterial wie Interviews, Behind-the-Scenes-Clips und Ähnliches in verschiedenen Sprachen untertitelt zur Verfügung zu stellen (Gambier 2008: 26). Die mit dem *technological turn* aufkommende Digitalisierung ab den 1980er- und 1990er Jahren und vor allem das Web 2.0¹⁸ in den 2000er-Jahren beschleunigten diese Prozesse rasant. Letzteres ermöglichte Nutzer*innen zuvor ungeahnte Gestaltungsmöglichkeiten. Das Internet wurde damit vom reinen Ausgabekanal zu einem partizipativen Kommunikationsmedium (Bedijs & Heyder 2012: 8).

2.3.2 Auswirkungen auf die Untertitel-Forschung

Durch das Web 2.0 haben sich in der Untertitelung neue Arbeitsprozesse durchgesetzt. Maßgeblich dazu beigetragen hat die Etablierung von Untertitelungssoftware, mithilfe derer die Erstellung und Übertragung von Untertiteln erleichtert wurde. Außerdem eroberten sogenannte Computer Assisted Translation Tools (CAT-Tools) den Markt. Zu diesen Sprachtechnologien, gehören unter anderen auch Machine Translation (MT), Translation Memory (TM), Spracherkennungstools (Speech Recognition, SR) oder Transkriptionssoftware (Georgakopoulou 2019: 517–521). CAT-Tools spielen auch bei weiteren technischen Entwicklungen eine wichtige Rolle, denn inzwischen wird innerhalb der AVT der *cloud-turn* diskutiert. Gemeint ist damit die Entwicklung von analog nutzbarer Software hin zu cloud-basierten Online-Applikationen, welche die AVT ausgehend von Erkenntnissen aus der Untertitelung in den vergangenen zwei Jahrzehnten maßgeblich transformiert haben. Darin inkludiert werden zunehmend CAT-Tools, automatische Spracherkennung-Elemente, und

¹⁷ DVDs und Blu-Rays lösten die bis dahin beliebte VHS-Kassette ab. Die Kassette hatte den Nachteil weniger Speicherkapazität zu haben und nur in einer Sprachfassung – synchronisiert oder untertitelt – zur Verfügung zu stehen (Gambier 2008: 25–28).

¹⁸ Das Web 1.0 war als Massenmedium konzipiert, dass eine passive Nutzung vorsah. Inhalte konnten also angesehen werden, abgesehen von den ersten Mailprogrammen und Chatforen selbst aber nicht mitgestaltet werden (Bedijs & Heyder 2012: 7–8).

durch Künstliche Intelligenz (KI) gestützte Werkzeuge. Cloud-Subtitling-Plattformen sind web-basierte Umgebungen, auf die jede Person mit Berechtigung jederzeit und ausgehend von jedem Ort mit Internetverbindung zugreifen kann. Das bedeutet: Workflows können inzwischen nicht nur teilweise sondern auch vollständig automatisiert erfolgen (Bolaños García-Escribano et al. 2021: 1–3). Dem zugrunde liegt ein altbekanntes Phänomen: Der Wunsch nach mehr Effizienz. Inzwischen sind Firmen bestrebt, sich möglichst von unflexiblen Desktop-Arbeiten zu lösen. Das hat dazu geführt, dass ein erheblicher Teil an AVT-Projekten heute exklusiv online abgehandelt wird. Es handelt sich damit inzwischen um ein internetbasiertes Arbeiten auf Nachfrage (on demand), in einer hyper-audiovisualisierten Medienlandschaft (2021: 2–3). Dies hat auch Auswirkungen auf die intensive Forschungsarbeit in der AVT, die zunehmend kollaborative Projektarbeiten in den Blick nimmt. Zusammenfassend kann somit festgestellt werden, dass sich die Forschung im Bereich der interlingualen Untertitelung vor allem auf die veränderte Technologie und nach wie vor sehr stark auf die Vorgänge rund um die Film- und Unterhaltungsindustrie konzentriert. Anders als im Bereich der SDH-Untertitelung werden die interlingualen Untertitelungsprozesse rund um Informationsmedien nur sehr selten in den Blick genommen (Künzli 2024: 116–117).

2.3.3 Veränderter Medienkonsum

[...] new technologies involve new types of communication, and therefore new types of translation, adaptation or message processing. New jobs are created as well as new ways of working conditions. (Cattrysse 1998: 10)

In den vergangenen zwei Jahrzehnten ist der Bedarf an audiovisuelle Übersetzungen rasant angestiegen. Einen großen Teil dazu beigetragen haben auch Fansubs. Die Translationstätigkeit abseits eines professionellen Rahmens hat sich nicht zuletzt aufgrund immer zugänglich werdender Untertitelungs-Softwares explosionsartig rund um den Globus verbreitet. Der Launch von YouTube im Jahr 2005 etwa war der Start für zahlreiche weiterer ähnlicher Onlineplattformen zum Informationsaustausch (Benson 2016: 5). Diese Audiovisualisierung der Kommunikation lässt kaum einen Lebensbereich unberührt. So werden Untertitel zunehmend auch für die Wissensvermittlung im Schulungskontext eingesetzt. Diese Entwicklung machen sich auch zahlreiche Unternehmen zu Nutze. Sie setzen in der Kommunikation mit Kund*innen und Angestellten immer weniger auf schriftbasierte Texte, sondern zunehmend auf audiovisuelles Material (Künzli 2024: 110–112). Verbreitet werden Inhalte zu großen Teilen über soziale Medien. Durch diese Mediatisierung der Alltagskultur

ergibt sich eine anhaltende Verlagerung des Wissenstransfers in den digitalen Raum (Meier 2025: 111).

Die Möglichkeiten des Web 2.0. haben also das Nutzungsverhalten massiv beeinflusst. Bildschirme werden immer kleiner, heute ist das Smartphone mitunter das wichtigste Ausgabegerät¹⁹ (Reinart 2017: 103). Dies wurde nach und nach auch für Nachrichtenhäuser relevant. Zunächst ging es dabei nur um die Frage, wie das herkömmliche Produkt – im Falle von TV-Anstalten die klassische Nachrichtensendung, im Falle von Zeitungen die Printausgabe – weiterhin am Markt bestehen kann. Es wurde notwendig, digitale Inhalte anzubieten. (Kaltenbrunner et al. 2024: 37–44). Dadurch wurde es auch möglich interlingual untertiteltes Material bereitzustellen. Mehr noch als mehrsprachige Inhalte werden aber (vor allem in Rundfunkanstalten) intralinguale Angebote erstellt, die sich vorwiegend an ein gehörgeschädigtes oder taubes Publikum richten (Grübl 2024: 209–212; Jüngst 2020: 23, 53). Nach und nach entdeckten die Medienhäuser auch das Potenzial der *neuen Medien* für sich - und an dieser Stelle rückt die Untertitelung neu in den Fokus. Anbieter wie der Meta-Konzern, zu dem die Plattformen *Facebook*, *Instagram* und *WhatsApp* gehören, machen keinen Hehl daraus, ihre Algorithmen gezielt auf Videos zu trainieren. Das bedeutet, dass (Bewegt-)Bild und Ton jederzeit und allorts abrufbar und verfügbar sind – in der U-Bahn, im Shoppingzentrum, beim Familienessen. Das hat viele Folgen, wovon zwei hier näher beleuchtet werden sollen. Einerseits ergibt sich ein neues Spektrum an möglichen Nutzer*innen, deren Bedürfnisse Medienschaffende im Blick haben sollen. Andererseits steht das Nutzungsverhalten im Mittelpunkt, denn nicht immer sollen bzw. wollen die Mitmenschen mitbekommen, welche Inhalte eine Person gerade auf ihrem Smartphone konsumiert. Die Folge: Der Konsum von Videoinhalten steigt zwar stetig, aber auch die Anzahl derer, die Videos ohne Ton schauen und daher auf Untertitel zurückgreifen, wächst. Zeitgleich verweisen Social Media-Plattformen für eine vergleichsweise junge Zielgruppe²⁰ in ihren Leitfäden für User*innen zunehmend auf Elemente, die an die Stummfilmära erinnern. Meta etwa empfiehlt: „Mit Untertiteln können Zuschauer*innen deine Inhalte in ihrer bevorzugten Sprache ansehen,

¹⁹ In Film und Theater werden zunehmend neue Möglichkeiten, Untertitel darzustellen ausgelotet, um das immersive Seherlebnis nicht zu stören – dies reicht von Extra-Screens in 4-D-Kinos bis zur Datenbrille, die virtual-reality-Erlebnisse in verschiedenen Sprachversionen anbietet (Díaz Cintas & Remael 2021: 27–29; Reinart 2018: 137–138)

²⁰ Laut ARD/ZDF-Studie 2024 nutzen mittlerweile 60 Prozent der unter 30-Jährigen im deutschsprachigen Raum täglich eine Social Media-Plattform zu Informationszwecken. Sie sind die größte Nutzer*innengruppe von Sozialen Medien. Facebook rangiert nach wie vor Instagram, an dritter Stelle kommt die chinesische Kurzvideoplattform TikTok. Angemerkt wird allerdings auch, dass es eine interessante Tendenz hin zu immer mehr User*innen im Bereich, der über 50-Jährigen gibt (Müller 2024).

was wiederum die Wiedergabedauer und die weltweite Verbreitung deines Videos erhöht.“ (Meta o. J.-a) Und es heißt: „Facebook Reels sind ein neues Format für unterhaltsame Kurzvideos. Mit ihnen kannst du neue Zielgruppen erreichen und Teil von kulturellen Momenten auf Facebook werden. Du kannst deinem Reel Effekte oder Musik hinzufügen oder es mit deinem eigenen O-Ton erstellen. Auf diese Weise kannst du deine Ideen zum Leben erwecken und sie mit deiner Zielgruppe teilen.“ (Meta o. J.-b)

Diese Inhalte werden inzwischen nicht nur via Smartphone konsumiert, sondern auch produziert. Das bedeutet wiederum, dass die im Internet verfügbaren Untertitelungen – interwie intralingual – vielfach nicht von Expert*innen gefertigt werden, sondern von Personen, die als Lai*innen in Bezug auf die Untertitelung gelten. Hier kommen Phänomene, die aus dem Fansubbing in der Film- und Videospielindustrie bekannt sind, zu tragen.: Personen, die untiteln, repräsentieren zum Teil selbst die Zielgruppe, oder haben sich zumindest auf ein bestimmtes Themengebiet für eine bestimmte Zielgruppe spezialisiert (Pérez-González 2007: 71). Die Technologie erlaubt heute jedem und jeder einen kostenlosen beziehungsweise zumindest kostengünstigen Zugang zu einigermaßen qualitativer Übersetzungs- und Untertitelungssoftware. Das veränderte Nutzungsverhalten, gepaart mit neuen Kreationsmöglichkeiten führte dazu, dass Medienhäuser auf der Suche nach neuen Strategien damit begonnen haben, die auf *Social Media* bereits gängigen Videoformate für Nachrichteninformationen zu nutzen. Dadurch eröffnete sich auch die Möglichkeiten von bisher gängigen journalistischen Gestaltungsformen Abstand zu nehmen und stattdessen globalere Elemente – wie anderssprachige und in der Landessprache untiteltete Inhalte – einfließen zu lassen. (Bertolaso 2025: 7–8; Bettendorf 2020: 11–14).

2.4 Anforderungen an den Untertitelungsprozess

Gottlieb stellte die Komplexität des interlingualen Untertitelungsprozesses vor mehr als 30 Jahren sehr bildhafte dar:

Subtitling is an amphibian: it flows with the current of speech, defining the pace of reception; it jumps at regular intervals, allowing a new text chunk to be read; and flying over the audiovisual landscape, it does not mingle with the human voices of that landscape: instead it provides with a bird's-eye view of the scenery. (Gottlieb 1994: 101)

Damit beschreibt er die bis heute gültige Auffassung, dass Untertitel nicht nach einem einzelnen Kriterium, sondern nach Sprache, Zielgruppe, Produktionsart, Ausgabemedium und dem Status der Ersteller*innen klassifiziert werden können (Künzli 2024: 111) Personen, die interlingual

untertiteln, müssen also einerseits unterschiedlichste Informationen aus dem Ausgangsmaterial für die Verwendung auf verschiedensten Ausgabekanälen und -geräten im Auge behalten, andererseits natürlich auch die Anforderungen an den Übersetzungsvorgang im multimodalen Raum. Es handelt sich dabei um Kriterien, die vor Beginn einer Untertitelung definiert und mit allen Beteiligten abgeklärt werden müssen, um ein hochwertiges Ergebnis erhalten zu können (Díaz Cintas & Remael 2021: 33–37).

2.4.1 Von der Mündlichkeit zur Schriftlichkeit

Die interlinguale Untertitelung stellt (wie auch die intralinguale) einen Wechsel von Mündlichkeit zur Schriftlichkeit dar und weist zudem den Wechsel von einer Ausgangs- hin zu einer Zielsprache auf. Werden sie in einer einzigen Sprachen eingeblendet, wird von monolingualen Untertiteln gesprochen, werden sie in zwei Sprachen ausgegeben, heißen sie bilinguale Untertitel und multilingual werden sie genannt, wenn zwischen Untertitel-Spuren in verschiedenen Sprachen gewählt werden kann (Künzli 2024: 112).

Bevor untertitelt wird, bedarf es einer Analyse der Sprechtexte, denn sie mögen zwar im fertigen Produkt spontan wirken, folgen im Fall von Filmen und Unterhaltungsmedien aber einem im Vorhinein schriftlich erstellten Konzept. Dies wird grundsätzlich auch für Dokumentationen und Nachrichtenbeiträge angenommen (Korycińska-Wegner 2024: 64). Spontansprache kommt darin zwar vor, doch die damit zu vermittelnden Inhalte von Interviews bis zur Bildgestaltung werden im Vorfeld zur Produktion geplant und währenddessen von einer verantwortlichen Person (Redakteur*in) angeleitet (Jüngst 2020: 34). Somit geht es auch hier darum, die spontansprachlichen Charakteristika von Dialogen in gut lesbare Untertitel zu verwandeln. Dabei kommt es zu Kürzungen beziehungsweise Paraphrasierungen von Originalaussagen. Auch Satzabbrüche, Wiederholungen, Füllwörter, Kraftausdrücke oder Dialektismen werden in den meisten Fällen angepasst, um die Rezeption für das Zielpublikum zu ermöglichen (Díaz Cintas & Remael 2021: 89–90). Je nach Art des Filmes und der Zielgruppe gibt es für Übersetzer*innen unterschiedliche Strategien für die Paraphrasierung von Inhalten in Untertiteln. Bei der *quantitativen Reduzierung* erfolgt eine Verdichtung oder auch Komprimierung durch das Weglassen von Anrede, Grußformeln, Eigennamen oder Informationen, die aus der Bildgestaltung hervorgehen. Es werden also Redundanzen ausgelassen. Bei der *qualitativen Reduzierung* handelt es sich um eine Vereinfachung von Lexik und Syntax. Das heißt: komplizierte Satzstrukturen werden vereinfacht sowie Fremd- und Fachwörter in einer allgemein verständlichen Sprache wiedergegeben. Von *versetzten Äquivalenten* wird gesprochen, wenn Wortspiele an anderen Stellen in den Untertiteln

eingesetzt werden und eine *Expansion* liegt vor, wenn kulturspezifische Besonderheiten umschrieben werden (Reinart 2018: 133–136). Damit eine interlinguale Untertitelung gelingt, bedarf es daher auch zwingend Wissen über die zu übertragenden gesprochenen Passagen. Bei Unterhaltungsmedien geht es um besondere Kenntnisse über Filmdialoge und deren Wirkung (Gottlieb 1994: 101). Bei der Übersetzung von Nachrichtenformaten ist die Kenntnis über journalistische Vorgänge und Maßstäbe gefragt. In diesem Zusammenhang wird an der interdisziplinären Schnittstelle zwischen Translations-, Kommunikations- und Medienwissenschaft auf die „sprachkulturelle Leistung im System internationaler und interkultureller Medienkommunikation“ (Hahn et al. 2024: 505) verwiesen. Auffällig im Newsbereich ist, dass interlinguale Übersetzungen hauptsächlich im Rahmen von Auslandskorrespondenzen betrachtet werden (Bolz 2025; Hahn et al. 2024). In der Inlands-Berichterstattung ist die interlinguale AVT im TV bislang überwiegend im Sport oder bei großen TV-Shows zu finden. Beim österreichischen Rundfunk gibt die Untertitelungsredaktion englischsprachige Gespräche bisher fallweise interlingual wieder, sofern sich die jeweils zuständige Person sprachlich dazu in der Lage fühlt, die Untertitelung interlingual auszuführen. Grundsätzlich werden Übersetzungs- und Dolmetschtätigkeiten aber auch hier kaum an ausgebildete Translator*innen vergeben, sondern meist von Redakteur*innen mit Fremdsprachenkenntnissen ausgeführt (Grübl 2024: 212, 216).

Reinart (2017: 104) führt zudem den zunehmenden Einsatz von Fachsprachen in audiovisuellen Produkten des nicht-fiktionalen Bereiches ins Treffen. Dazu gehören für sie Filme, die Ausstellungen in Museen begleiten, Werbe beziehungsweise Imagefilme von Firmen, die sich mit der Information über ein Produkt an ihre Kundschaft wenden, Schulungsvideos mit Instruktionen für Mitarbeiter*innen in großen Firmen und auch Aufzeichnungen von Fachkongressen. In all diesen Fällen stehen Untertitler*innen vor der Aufgabe, adäquate Lösungen zu finden, da es sich gerade bei fachsprachlichen Reden um sehr verdichtete Texte handelt, die den Untertitelnden kaum Raum für die oben genannten Strategien lassen (2017: 105, 2018: 135).

2.4.2 Technische Prozesse

Ein Video zu untertiteln, erfordert heute technisch betrachtet ein funktionierendes Smartphone mit ausreichend Speicherkapazität und eine adäquate App. Die meisten Untertitelungs-Apps sind inzwischen so programmiert, dass Untertitel mittels Speech-to-Text-Funktion automatisch generiert und teilweise auch übersetzt werden können (Bettendorf 2020: 80–81). Damit ist das Erstellen von Untertiteln für jeden und jede möglich (Jüngst 2020: 16).

2.4.3 Tool-Kompetenzen

Für AVT-Expert*innen ist es für das berufliche Überleben daher essentiell geworden, sich zusätzlich zur Übersetzungskompetenz ein umfassendes Wissen über verschiedene Software-Lösungen und Informationstechnologien anzueignen (Risku 2016: 19). Die stetige Entwicklung neuer Tools soll Hilfsmittel für vereinfachte Arbeitsprozesse darstellen und Raum für flexible Lösungen schaffen. Dies gelingt allerdings nur, wenn mit der notwendigen Technologie umgegangen werden kann, alle an einem Projekt beteiligten Personen unter denselben Voraussetzungen arbeiten und technische Komponenten ausreichend kommuniziert sind. Andernfalls kann es nicht nur zu Verzögerungen im Arbeitsablauf kommen, sondern auch zu einer Qualitätsminderung der Übersetzung (Risku 2016: 24, 67, 256). Grübl (2024: 215–216) merkt an, dass es in Zukunft umso wichtiger sein wird, als professionelle*r Untertitler*in Kompetenzen wie das Editieren und das stetige Erweitern eigener technischer Fertigkeiten mitzubringen, um den laufenden Herausforderungen begegnen zu können. Denn: Trotz aller Erleichterungen, die mit der Etablierung neuer Tools und dem Einsatz von KI-gestützten Systemen einhergehen, müssen vor allem die Informationsmedien mit ihrem Bildungsauftrag besonders umsichtig arbeiten. So wird es in Zukunft wichtig sein, automatisch generierte bzw. KI-gestützte Inhalte genau unter die Lupe zu nehmen. Grübl (2024: 216) verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass automatische Spracherkennung und KI-gestützte Abläufe alleine noch keine Effizienzsteigerung bringen.

Die professionelle Untertitelung ist in der Praxis inzwischen weit weg von den langwierigen Arbeitsprozessen des 20. Jahrhunderts. Grundsätzlich werden heute drei Produktionsverfahren unterschieden. Vorproduzierte Untertitel werden in der Regel vor allem für Kinoproduktionen eingesetzt. Es handelt sich dabei um paraphrasierte Fassungen des Originaldialogs. Wie ihr Name verrät, werden sie vor ihrer Präsentation erstellt und dem Produkt hinzugefügt. Dadurch unterscheiden sie sich von live- und auch semi-live Untertiteln, die vor allem bei TV-Anstalten eingesetzt werden und direkt während einer Ausstrahlung (live) beziehungsweise etwas zeitversetzt zu einer Sendung (semi-live) erstellt, aber in jedem Fall live eingespeist werden. Die Produktion erfolgt bei beiden letzteren oftmals bereits mithilfe von Respeaking und automatischer Spracherkennungs-Software. Das Ergebnis wird möglichst zeitgleich zum Redebeitrag auf Sendung editiert und möglichst synchron in das TV-Signal eingespielt. Bislang wurden diese Vorgänge vor allem für intralinguale AVT-Angebote genutzt, wobei es inzwischen auch interlinguale Anwendungsfelder bei Live-TV-Events oder Kongressen gibt (Künzli 2024: 113).

In der Regel werden interlinguale Untertitel aber meist in einem vorproduzierten Kontext betrachtet. Technisch bieten Cloud-basierte Umgebungen inzwischen eine Vielfalt an bekannten Bearbeitungs-Werkzeugen zur Bewältigung typischer Untertitelungs-Aufgaben wie Spotting, Cueing, Übersetzen, Reviewing, allerdings mit dem Vorteil automatischer Shot-Change Detection, wellenförmiger Ausgabe von Audiospuren oder Audio-Scrubbing-Funktionen. Zudem wird neuronales maschinelles Übersetzen für automatisch generierte interlinguale Untertitelung eingesetzt, die im Post-Editing manuell überprüft wird. Aber selbst die automatisierte Überprüfung ist sowohl sprachlich als auch technisch möglich, etwa in Bezug auf die maximale Zeichenzahl, Lesegeschwindigkeiten, überlappende Untertitel oder sprachspezifische Eigenheiten. User*innen können innerhalb des Systems einstellen, was als Fehler gilt, und in Folge korrigiert werden soll (Bolaños García-Escribano et al. 2021: 2–3). Typische Arbeitsoberflächen (Interfaces) weisen mittlerweile einen *Split-Screen*, also mehrerer Arbeitsfenster auf. Üblicherweise sind das a) ein Untertitel-Feld mit Text-Box, in- und out-Timecodes, der Anzeige der Standdauer in Sekunden und Frames sowie einer Anzeige der *subtitle display rate*, also der Untertitel-Rate, die in Wörtern pro Minute oder Zeichen pro Sekunde angezeigt werden kann; b) ein Fenster mit dem Videoplayer, auf dem auch die Vorschau auf die fertigen Untertitel zu sehen ist; c) eine Medienzeitleiste, welche die Tonspur samt Timecode anzeigt und d) eine Tool-Box, in der sich Editierwerkzeuge, aber auch Layoutmöglichkeiten finden (Bolaños García-Escribano et al. 2021: 7; Reinart 2017: 101).

Nach Abschluss eines Projektes spielt es eine Rolle, wie die Untertitel exportiert und in Videos eingebettet werden sollen. Unterschieden wird dabei zwischen *Closed Captions*, *Open Captions* und *Forced Narratives*. Closed Captions können vom Publikum selbstständig zu— und weggeschaltet werden, Open Captions werden in eine Filmdatei eingebrannt (können also nicht weggeschaltet werden) und Forced Narratives, ebenfalls eingebrannte Titel, dienen dazu, fremdsprachige Elemente im Bild (z.B. Straßenschilder) in der Sprache des Zielpublikums zu präsentieren (Bolaños García-Escribano et al. 2021: 2–3; Díaz Cintas & Remael 2021: 26). Berücksichtigt werden müssen außerdem Pop-up-Untertitel und kumulative Untertitel. Erstere werden vollständig gezeigt, während letztere erst nach und nach erscheinen. Pop-up-Untertitel werden als weniger störend beziehungsweise leserlicher eingestuft. Kumulative Untertitel werden genutzt, um wichtige Informationen nicht vorwegzunehmen, die Spannung aufrechtzuerhalten, aber auch um bestimmte Aussagen zu betonen (Díaz Cintas & Remael 2021: 25).

Je nach Software-Lösung und den im Auftrag vereinbarten Konditionen bietet die Untertitelung auch eine Spannbreite an möglichen Dateiausgabenformaten (z.B.: .rtf, .srt, .xml),

denn es muss gewährleistet werden, dass alle notwendigen Informationen der Untertitelung vom geschriebenen Text über Ein- und Ausblendezeiten bis zu etwaigen Farbcodierungen transportiert werden (Gürtler 2014: 365). Eine Herausforderung hierbei bezieht sich vor allem bei Desktop-Anwendungen auf die Darstellung der gespeicherten Daten. Zwar können Computer bestimmte Zeichen speichern und darstellen, allerdings ist damit noch nicht klar, wie diese Zeichen dargestellt werden sollen. Beim Übertragen der Dateien in ein neues Computersystem – beispielsweise zwischen einem Windows- und einem Apple-System- kann dies eine Herausforderung darstellen. Je nach benötigtem Schriftsystem, verwendeter Schriftart und verwendeter Sonderzeichen können entsprechende Zeichen graphisch sehr unterschiedlich dargestellt werden. Vor Beginn der Untertitelung muss somit geklärt werden, welche Systeme benötigt werden, welche Softwarelösungen es dafür gibt und mit welchen Sprachcodecs gearbeitet werden muss (2014: 367).

An der Schwelle zum *cloud turn* wurde für die Untertitelungspraxis daher immer wieder empfohlen, diese Herausforderungen mit Hilfe von *Open source*- und freier Software²¹ zu lösen – unter anderen auch um Kosten in der Anschaffung zu reduzieren. In diesem Bereich war die theoretische Dokumentation auch lange mangelhaft. Suchanfragen endeten oft in Foren und Diskussionsbeiträgen auf verschiedenen Webseiten ohne Raum zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung (2014: 360). Gürtler analysierte in diesem Zusammenhang „eine pragmatische Kombination von Tools [...], da es bisher keine Software gibt, die die übergreifende Problemstellung – „Untertitelung“ für qualitative Videodaten – auch nur ansatzweise befriedigend gelöst hat und nutzerfreundlich ist“ (2014: 360) Entlang derartiger Problemstellungen etablierten sich heute gängige Cloud-Systeme. Die Plattform ZOOSubs beispielsweise wurde bereits 2009 als Pionier-Cloud-System gelauncht und legte den Grundstein dafür, dass viele Firmen begannen ihre eigenen Plattformen so weiterzuentwickeln, dass sie eingesetzt werden konnten, um Projekte zu managen, sich mit Freelancer*innen zu vernetzen, und natürlich, um Untertitel zu erstellen und zu bearbeiten. Manche haben auch das Qualitätsmanagement implementiert, und es gibt inzwischen On-Demand-Plattformen, die unter anderen auch hybrid-Lösungen zwischen traditionellen Desktop-Anwendungen und neuen web-Systemen bieten, sodass sowohl offline – als auch online-Arbeit möglich ist (Bolaños García-Escribano et al. 2021: 2–4).

²¹ Open Source-Software kann ebenso kostenpflichtig wie kostenfrei erhältlich sein und erlaubt die Einsicht sowie Nutzung des Quellcodes eines Programmes. Freie Software dagegen sieht diese nicht zwingend vor. (Sandeepi 2019).

2.4.4 Templates und Pre-Spotting

Um zeiteffiziente Übersetzungslösungen in der Untertitelung von mehrsprachigen Filmen beziehungsweise Videos zu generieren, wird vielfach auf Templates und das Pre-Spotting zurückgegriffen (Reinart 2017: 102–103). Als Template werden Untertitelungsdateien bezeichnet, die ein zeitcodiertes Transkript des im Film gesprochenen Textes, der Texte, die am Bildschirm zu sehen sind (on screen-Text) und auch Anmerkungen für Untertitler*innen beinhalten können. Diese zeitcodierten Dateien können zu einem späteren Zeitpunkt wieder ausgegeben werden. Die Übersetzungen können dann anhand dieser Vorlage durchgeführt werden, ohne dass sich die entsprechenden Sprachdienstleister*innen um die richtigen Zeitcodes kümmern müssen (Oziemblewska & Szarkowska 2020: 432–433). Laut Georgakopoulou (2019) ermöglichen Templates Übersetzungsdienstleister*innen effektiv und kosteneffizient Untertitel-Produktionen, Standardisierungen und Qualitätssicherung über mehrere Sprachen hinweg abzuhandeln. Die Kosteneffizienz ergibt sich unter anderem daraus, dass diese Templates Einsparungen beim Personal auf verschiedenen Ebenen ermöglichen: Es braucht nur eine Person für das Spotten von Untertiteln einer Filmdatei bezahlt zu werden, und nicht je eine Person, die in der jeweiligen Zielsprache die Dateien bearbeitet. Da für die Übersetzer*innen so der Aufwand der Zeitcodierung wegfällt, können auch deren Gehälter reduziert werden (2019: 518–519).

Innerhalb der Übersetzungswissenschaft ist dieser Ansatz allerdings umstritten, denn diese Vorgehen führen wiederum zu einer Rückkehr zu arbeitsteiligen Verfahren, die es Übersetzer*innen nicht ermöglichen, auf ihre Arbeit bis zum Abschluss einer Produktion Einfluss zu nehmen (Reinart 2018: 146). Zudem haben Übersetzer*innen geäußert, dass Templates die Kreativität einschränken und dadurch wiederum die Qualität ihrer Arbeit senken würden. Durch die Fragmentierung des Untertitelungsprozesses und der daraus resultierenden sinkenden Notwendigkeit für die Anwendung der individuellen Übersetzungsexpertise wird die Rolle der audiovisuellen Übersetzer*innen gemindert (Oziemblewska & Szarkowska 2020: 433). Dazu kommt: Nicht alle Sprachen benötigen für die Verbalisierung der zu vermittelnden Inhalte denselben Raum. In manchen Sprache lassen sich Konzepte kürzer ausdrücken, in anderen werden längere Worte oder Umschreibungen auf mehreren Zeilen benötigt. Außerdem benötigen Menschen für das Lesen von langen Textphrasen mehr Zeit als zum Hören. Auch

dies ist eine Herausforderung in der Untertitelung, der Rechnung getragen werden muss²² (Reinart 2017: 103).

2.5 Heterogene Zielgruppe(n)

Jüngst (2020: 16–17) stellt fest, dass gerade die jüngsten Entwicklungen zeigen, mit welchen niedrigen Standards sich Nutzer*innen zufrieden geben können. Als Beispiel nennt sie automatisch generierte YouTube-Untertitel, die in einer von ihr nicht repräsentativ durchgeführten Umfrage bei Studierenden unterschiedlicher Fächer „nicht unbedingt als gut, aber als preiswertes Mittel zur Verständnisunterstützung“ (2020: 17) gewertet wurden. Um ein qualitatives Untertitelprodukt erstellen zu können, braucht es laut Jüngst aber ein Bewusstsein dafür und einen guten Informationsaustausch zwischen allen beteiligten Parteien, vor allem aber zwischen Auftraggeberinnen und -gebern und Übersetzungsdienstleisterinnen und -dienstleistern. Letztere sollten sich „so für ihre Zielgruppen interessieren, wie man sich für die Kulturen seiner Arbeitssprachen interessiert“ (2020: 17).

Die Menschen, die potenziell untertiteltes Videomaterial konsumieren, lassen sich jedoch nicht pauschal kategorisieren. Sie unterscheiden sich nach Altersgruppen, sozialem Status, Bildungsgrad, aber auch nach ihren Seh- und Nutzungsgewohnheiten. Sie weisen also ein äußerst heterogenes Profil auf, bringen unterschiedlichste Hintergründe und unterschiedlichstes (kulturelles) Vorwissen in die Rezeption ein (Guillot 2019: 35). Grob wird die Zielgruppe der interlingualen Untertitelung dennoch immer wieder in die folgenden Nutzer*innenkategorien eingeordnet:

- Eine Kenntnis der Ausgangssprache liegt vor: Diese Rezipient*innengruppe ist bekannt dafür, eine möglichst große Nähe der Übersetzung zum Ausgangstext einzufordern und gilt auch als größte Kritikerin von professionellen Untertitler*innen. Umgekehrt wird fremdsprachenkundigem Publikum aber auch zugeschrieben, am wenigsten Bedarf nach professioneller Übersetzungsleistung zu haben (Reinart 2018: 146–148).
- Es liegen keine Kenntnisse der Ausgangssprache vor: Die Zielgruppe will trotz Sprachbarriere den Inhalten einer audiovisuellen Produktion folgen und ist dazu auf Übersetzungsleistungen angewiesen.

²² Lösungsansätze für das Problem werden vor allem im Bereich der (Un-)Sichtbarkeit von Untertitler*innen diskutiert. Hier sieht Reinart Handlungsbedarf, sie hält fest, dass „[...] die simple Namensnennung dazu [zwingt], die Rolle des Übersetzers im Untertitelungsprozess zu diskutieren. Die bislang gängigen Eingriffe in die Dialogtexte, die nicht mit den Übersetzern abgestimmt wurden, erscheinen unter berufsethischem Aspekt problematischer, wenn der Übersetzer für die Texte mit seinem Namen steht (Reinart 2018: 148).

- Eine Fremdsprache soll erlernt werden: Klassisch setzt die Fremdsprachendidaktik auf interlinguale Untertitel, wobei dies vor allem auf das Erlernen der englischen Sprache zutrifft. Dieser Bereich wird unter anderem von der Europäischen Union stark fokussiert, um Mehrsprachigkeit zu fördern (Jüngst 2011: 77–80; Reinart 2017: 95–97).

In der Praxis verschwimmen die Grenzen zwischen diesen Kategorien in der interlingualen Untertitelung für non-fiktionale Inhalte. Vor allem die Frage der Funktionalität wurde in diesem Bereich bisher wenig diskutiert, obwohl inzwischen bekannt ist, dass die Rezeption von Video-Content längst kein einmaliger Akt mehr ist. Medienangebote werden – unterstützt durch die vielen möglichen Ausgabegeräte – sehr aktiv genutzt und individuell gesteuert. Das heißt: Videos können angehalten werden, es kann zurückgespult oder der Inhalt auch mehrmals gesehen werden, wenn etwas nicht sofort erfasst werden konnte (Reinart 2018: 141–145). Außerdem kann jederzeit zwischen konsumierten Inhalten gewechselt werden. Die Rezipient*innen werden dadurch immer zu handelnden Akteur*innen, die nicht mehr passiv konsumieren, sondern aktiv entscheiden, welchen Inhalten sie sich aussetzen (Künzli 2017: 131–132).

Was als funktional angesehen wird, hängt daher davon ab, an wen ein Videobeitrag adressiert ist und an welchem Publikum sich die entsprechende Untertitelung orientiert (Reinart 2018: 141–145). Damit liegt eine Parallele zum Bereich der Informationsmedien vor. Auch Medienhäuser müssen sich diesem veränderten Verhalten der Konsument*innen stellen. Dies wird umso relevanter, als dass das Vertrauen in klassische Medienhäuser massiv abgenommen hat (Körner 2024: 54) und generell eine Abkehr vom linearen Fernsehen stattfindet (Jüngst 2020: 23). Konnte man zunächst beobachten, dass vor allem junge Menschen auf Online-beziehungsweise Streamingdienste zurückgreifen (Jüngst 2020: 23; Kaltenbrunner et al. 2024: 41), verändert sich dieses Bild nach und nach. Laut ARD/ZDF-Studie 2024 nutzen zwar 60 Prozent der unter 30-Jährigen im deutschsprachigen Raum täglich eine Social Media-Plattform zu Informationszwecken – sie sind auch die größte Nutzer*innengruppe von Sozialen Medien – doch es gibt auch eine interessante Tendenz hin zu immer mehr User*innen im Bereich der über 50-Jährigen. *Facebook* rangiert nach wie vor vor *Instagram*, und an dritter Stelle kommt die chinesische Kurzvideoplattform *TikTok* (Müller 2024: 1–8). Ähnliches gilt für die Plattform *YouTube*. Sie ist nach wie vor die meistgenutzte Streamingplattform und wird von 19 Prozent der über 14-Jährigen täglich genutzt. Etwa zwei Drittel der Mediennutzer*innen greifen regelmäßig auf *YouTube* zu (Kupferschmitt 2024: 1–9). Gleichzeitig ist der Markt für Informationsmedien in Österreich vergleichsweise klein: Das Zielpublikum der überwiegend traditionell verhafteten Medienhäuser (Fernsehanstalten, Radiosender und Printzeitungen)

begrenzt sich auf 9 Millionen Menschen – die Größe der Einwohner*innenzahl. In der Rezeption beschränken sich die Adressierten allerdings nicht ausschließlich auf die Angebote aus Österreich. Dies hat unter anderem auch damit zu tun, dass Alternativen – wie beispielsweise Social Media-Berichterstattung – hierzulande erst vergleichsweise spät angeboten wurden (Kaltenbrunner et al. 2024: 37).

Lange Zeit wurden Medienangebote nur in der Amtssprache ausgegeben. Auch hier zeichnet sich allmählich ein Wandel ab. Nutzer*innen erwarten, Inhalte auf sie zugeschnitten konsumieren zu können. Öffentlich-rechtliche Sender haben zudem den Auftrag, umfassend zu informieren (Europäisches Parlament & Rat der Europäischen Union 2024). Deshalb bieten einige international agierende Medienhäuser wie beispielsweise ARTE oder 3sat inzwischen interlingual untertitelte Versionen ihrer Sendungen in ihren Mediatheken an, wobei Englisch nach wie vor die dominierende Fremdsprache darstellt, weil ihr ein Universalismus zugesprochen wird (Jüngst 2020: 23).

Eine Untertitelung für alle Zielgruppen zu erstellen, betrachtet Reinart (2018) allerdings kritisch. Sie plädiert für eine Abkehr „vom Prinzip der heterofunktionalen Eine-für-alle-Untertitelung“ (2018: 146) und schlägt stattdessen unterschiedliche Untertitelungsfassungen für unterschiedliches Publikum vor (2018: 146, 149). Dies würde den Bedürfnissen der unterschiedlichen Nutzer*innengruppe gerecht. Alleine in Österreich lassen sich innerhalb der Gruppe des potenziellen Zielpublikums zahlreiche Gruppen differenzieren, die einen Bedarf für interlinguale Angebote haben. Dazu gehören etwa die Mitglieder der sechs anerkannten autochthonen Volksgruppen. Im ORF-Gesetz (2024) ist verankert, dass das öffentlich-rechtliche Medienhaus ein eigens Programm zur Information von und über Volksgruppen führt. In den verschiedenen Landesstudios gibt es aus diesem Grund Fremdsprachenredaktionen, die auch gemeinsame Volksgruppenmagazine, die bundesweit in den Originalsprachen ausgestrahlt werden, gestalten (Republik Österreich 2024). Dafür erstellen die Redakteur*innen, die die Ausgangssprache beherrschen, deutsche Übersetzungen, aus denen in weiterer Folge die (interlingualen) Untertitel entstehen (Grübl 2024: 212).

Eine weitere Gruppe an Mediennutzer*innen stellen jene Menschen dar, die sich temporär in Österreich aufhalten, beispielsweise, weil sie hier studieren oder arbeiten. Sie fallen oft in die Kategorie derjenigen, die der Ausgangssprache deutsch (noch) nicht oder kaum mächtig sind, aber über wichtige Entwicklungen im Land informiert bleiben wollen, um gesellschaftlich teilhaben zu können (ORF 2024b). Letzteres Motiv gilt auch für Menschen, die ihren Lebensmittelpunkt in Österreich haben, aber ursprünglich aus einem anderen Kultur- und Sprachraum kommen. Sie konsumieren oft Medien in ihren Erstsprachen, also mit einer

anderen Ausgangssprache als deutsch (ORF 2024a). Damit sind sie aber auch jene Zielgruppe, die von sogenannten Mainstream-Medien eher nicht erreicht werden. Ursache dafür ist, dass sie oft keinen niederschweligen Zugang zu den für sie relevanten Inhalten finden. Fällt diese Barriere allerdings, wird der Rezipient*innengruppe, deren Erstsprache nicht der Amtssprache eines Landes entspricht, gesellschaftliche Teilhabe und das aktive Handeln möglich (OKTO 2005). Dessen müssen sich Medienhäuser bewusst werden. Dadurch können auch Betriebe entstehen, deren Angebot sich explizit an diese Personengruppe wendet, wie beispielsweise der Community-Sender OKTO TV zeigt (Die Neuen 2022).

Vielen Medienhäuser wurden diese Entwicklungen erst durch deren Verstärkung während der Corona-Pandemie deutlich gemacht. Das potenzielle Zielpublikum hat sich in dieser Zeit nicht nur von traditionellen Medien abgewandt, sondern generell von Informationsangeboten. Zurückzuführen ist das unter anderem auf eine Überforderung, ausgelöst durch die Dichte an Inhalten, deren Glaubwürdigkeit für das Publikum nicht mehr nachvollziehbar dargestellt werden konnte (Körner 2024: 54). Dies hat zur Entwicklung von Formaten geführt, die der Übersetzungswissenschaft im Bereich des Sprachenlernens schon länger bekannt ist: Videos, die mithilfe von Untertiteln das zu vermittelnde Wissen in der Zielsprache darstellen (Reinart 2017: 96). Der ORF etwa hat sich dies während der Pandemie zu Nutze gemacht, und die Bürger*inneninformation auf diese Weise in mehreren Sprachen veröffentlicht – vor allem über soziale Medien²³ (ORF 2024a).

Seither werden solche Service- und Erklärvideos in größerem Stil produziert. Ihre Publikation erfolgt weiterhin online und vor allem über die sozialen Medien. Die Nutzer*innen nehmen diese Art des Medienangebotes auch zunehmend an. Ein Faktor dabei ist etwa, die direkte Ansprache des Zielpublikums, das auch in den Bereich des Community Managements fällt (Bettendorf 2020: 95). Während dabei oftmals Übersetzungen von komplizierten Fachtermini für ein Laienpublikum vorgenommen werden (Reinart 2017: 103–105), bleiben interlinguale Angebote eher in der Unterzahl – oder werden anhand von automatisch erstellten Untertiteln auf den jeweiligen Plattformen zur Verfügung gestellt (Jüngst 2020: 17).

Zusammenfassend kann somit festgestellt werden, dass in der bisherigen wissenschaftlichen Auseinandersetzung vor allem die interlinguale Untertitelung für TV- und Kinoproduktionen sowie jene im Kontext des Fremdspracherwerbes analysiert wurde. Als weiterer Bereich könnte noch die Didaktik hinzugefügt werden und die Frage, wie die

²³ Dies ist insofern bemerkenswert, als dass der ORF an das ORF-Gesetz gebunden ist, das zu diesem Zeitpunkt nur eine eingeschränkte Social-Media-Nutzung für das Medienhaus vorgesehen hatte (Kaltenbrunner et al. 2024: 40).

Untertitelung im Translationsstudium unterrichtet werden soll. Zu diesem Schluss kommt auch Künzli (2017). Wenn es darum geht, wie die Zielgruppen für die Untertitelung definiert werden sollen, gibt es zahlreiche Auseinandersetzungen im Bereich der SDH-Untertitelung. Doch für die hier behandelte Form der Untertitelung wird kaum zur Frage der Zielgruppen diskutiert. Die non-fiktionale Untertitelung als Kommunikationsmittel zur Information von Bürger*innen findet somit kaum Beachtung und wird höchstens am Rande – etwa in Bezug auf Dokumentarfilme oder die Geschichtsaufarbeitung – mit dieser Art der Kommunikation zwischen Exper*tinnen und Lai*innen in Verbindung gebracht. Auch Künzli (2017) führt diese letztgenannte Funktion der interlingualen Untertitelung nicht ins Treffen. Grübl (2024: 216) hingegen stellt fest, dass die interlinguale Untertitelung im österreichischen Rundfunk – und damit auch in der Nachrichteninformation – in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird.

3 Barrierefreie Kommunikation

Politisch wie gesellschaftlich sind die Themen Barrierefreiheit (*Accessibility*) und *Barrierefreie Kommunikation* in der jüngeren Vergangenheit immer bedeutender geworden. So lässt sich auch eine deutliche Fokussierung auf diese Themen in den unterschiedlichen Forschungsdisziplinen feststellen. Zu beobachten ist dies auch an der Schnittstelle der Translations-, Kommunikations- und Medienwissenschaften, denn es gibt – nicht zuletzt aufgrund der zunehmenden Mediatisierung der Gesellschaft – ein wachsendes Angebot an als barrierefrei gewerteten Inhalten (Maaß & Rink 2020b: 17–18, 22; Sieger 2020: 13). In erster Linie handelt es sich dabei um ein Angebot, dass sich zunächst an den Bedürfnissen von Menschen mit Behinderungen orientiert (Lang 2020: 68–69).

3.1 Definition

Gemäß des österreichischen Bundesgesetz über die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz, BGStG) liegt eine Behinderung dann vor, wenn eine körperliche, geistige oder psychische Funktionsbeeinträchtigung oder Beeinträchtigung der Sinnesfunktionen nicht nur vorübergehend auftritt, sondern länger als sechs Monate andauert und dadurch die Teilhabe am Leben in der Gesellschaft erschwert (BGStG 2018a). Als *barrierefrei* definiert werden im selben Gesetz „bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind“ (BGStG 2018b).

Hierbei nicht abgebildet sind jene Menschen, die zwar rein definitorisch nicht zum Adressat*innenkreis für Barrierefreiheit zählen, für die gängige Kommunikationsangebote aber dennoch eine Barriere darstellen können. Es handelt sich beispielsweise um Menschen mit Lernschwierigkeiten, Menschen mit einer anderen Erstsprache als Deutsch oder auch um Menschen mit demenziellen Erkrankungen (Rink 2020: 52).

Außerdem wird im BGStG nicht näher definiert, was *barrierefreie Kommunikation* bedeutet. Maaß und Rink (2020a) verweisen in diesem Zusammenhang auf die UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) als Forschungsgrundlage²⁴. Darin heißt es:

²⁴ In Österreich wurde die UN-BRK am 26. Oktober 2008 ratifiziert. Wie Deutschland bekennt sich Österreich damit zur UN-Behindertenrechtskonvention, die tatsächliche Rechtsgrundlage in den beiden Ländern ist aber nicht daran gebunden (Maaß & Rink 2020b: 19). Allerdings orientiert sich der European Accessibility Act (EAA) aus dem Jahr 2019 stark an der UN-BRK. Der EAA wurde in Österreich durch das Bundesgesetz über

„Kommunikation“ [schließt] Sprachen, Textdarstellung, Brailleschrift, taktile Kommunikation, Großdruck, barrierefreies Multimedia sowie schriftliche, auditive, in einfache Sprache übersetzte, durch Vorleser zugänglich gemachte sowie ergänzende und alternative Formen, Mittel und Formate der Kommunikation, einschließlich barrierefreier Informations- und Kommunikationstechnologie, ein. (UN-BRK 2008: Art 2)

Sprache wird dabei als Oberbegriff eingesetzt und inkludiert gesprochene wie nicht-gesprochene und Gebärdensprachen (Maaß & Rink 2020b: 19–22; UN-BRK 2008: Art 3).

Maaß und Rink (2020b: 20) definieren unter Berücksichtigung der Gesetzestexte und Konventionen daher:

Barrierefreie Kommunikation umfasst alle Maßnahmen zur Eindämmung von Kommunikationsbarrieren in unterschiedlichen situationalen Handlungsfeldern. Kommunikationsbarrieren können mit Blick auf die Sinnesorgane und/oder die kognitiven Voraussetzungen der Kommunikationsteilnehmer(innen) bestehen sowie mit Blick auf die sprachlichen, fachsprachlichen, fachlichen, kulturellen und medialen Anforderungen, die Texte an die Rezipient(inn)en stellen.

Solche Barrieren treten dann zu Tage, wenn konkrete Angebote weder an der Zielsituation noch am intendierten Zielpublikum orientiert sind. Dies hat zur Folge, dass Betroffene von Kommunikationssituationen ausgeschlossen werden und nicht aktiv am gesellschaftlichen Kontext teilnehmen können (Maaß & Rink 2020a: 23; Rink 2020: 29). Folta-Schoofs (2020: 345) stellt zudem fest, dass die Fähigkeit zu sprachlicher und nichtsprachlicher Verständigung und Kommunikation über das Ausmaß einer aktiven und selbstbestimmten Lebensgestaltung bestimmt. Der Kreis der Betroffenen kann unterschiedlich eng beziehungsweise weit gefasst werden. Einige Autor*innen beziehen sich ausschließlich auf Menschen mit Behinderungen oder ungleichen Bildungschancen als Rezipient*innen, andere hingegen teilen die Auffassung: „Auch für Personen mit nicht behinderungsbedingten Kommunikationseinschränkungen ist Zugang zu Informationen Voraussetzung für Teilhabe“ (Maaß & Rink 2020b: 23–24).

Allen gleich ist der Wunsch, durch barrierefreie Kommunikation Separation zu überwinden. In der Praxis empfinden Maaß und Rink (2020b: 21) den Begriff daher als kaum angemessen. Sie raten zu einer anderen Wortwahl. Ins Treffen geführt werden etwa *barrierearm* oder *barriereärmer*. Hintergrund davon ist die Auffassung, dass der vollständige Abbau von Barrieren über alle gesellschaftlichen Schichten hinweg nicht realistisch umsetzbar

Barrierefreiheitsanforderungen für Produkte und Dienstleistungen am 28. Juni 2025 umgesetzt. Es handelt sich dabei um ein Erweiterungsgesetz zum BGStG. (BMASGPK o. J.)

ist. In der vorliegenden Arbeit wird dennoch mit den Begriffen *Barrierefreiheit* bzw. *Barrierefreie Kommunikation* gearbeitet, da dies auch der verwendeten Terminologie in der einschlägigen Literatur entspricht.

3.2 Barrieren erkennen

Barrierefreie Kommunikation kann nur dann gelingen, wenn in ihrer Ausgestaltung die Perspektive des Zielpublikums sowie dessen Bedürfnisse berücksichtigt werden. Anderenfalls bleiben Barrieren bestehen und das intendierte Kommunikationsziel kann nicht erreicht werden (Maaß & Rink 2020b: 22). Kommunikative Hindernisse zählen – ebenso wie sensorische Barrieren – zu jenen, die in der öffentlichen Wahrnehmung weniger offensichtlich, das heißt, weniger erkennbar sind. Sprache, schlechte Lesbarkeit oder das Fehlen taktiler Orientierungshilfen sind Beispiele dafür (Schädler 2020: 647).

In der vorliegenden Arbeit liegt der Fokus vor allem auf jenen Menschen, die in Österreich ihren Lebensmittelpunkt haben, deren Erstsprache eine andere als Deutsch ist. Der Erwerb der deutschen Sprache und Kultur geht für sie meist ohne die Steuerung durch einen institutionell gebundenen Unterricht einher, wodurch sie im Alltag mit sprachlichen, wie kulturellen Barrieren konfrontiert werden (Rink 2020: 43). Damit ihre Teilhabe am gesellschaftlichen Leben nicht *behindert* wird, benötigen auch sie einen eigenständigen Zugriff auf die diversen Kommunikationsangebote, wie ihn Rink (2020: 29) beschreibt. Der Begriff *Teilhabe* als Synonym zu *Partizipation* bezieht sich hierbei auf das gemeinsame Agieren von Menschen mit und ohne Behinderungen beziehungsweise mit und ohne Kommunikationseinschränkungen in einem gesellschaftlichen Kontext. Gleichzeitig wird dadurch ein Recht auf Mitsprache, Mitbestimmung sowie Mitwirkung ins Treffen geführt (Schuppner & Bock 2020: 223–224).

Wie sich der Zugang zu Kommunikationsangeboten gestaltet, zeigen Maaß und Rink (Maaß & Rink 2020b: 24) anhand eines fünfteiligen Prozesses, den sie aus der Perspektive der Nutzer*innen ebenso wie aus der Perspektive der Kommunikate beschreiben. Auf den ersten Schritt des Auffindens beziehungsweise der Auffindbarkeit folgen Wahrnehmen und Wahrnehmbarkeit, Verstehen und Verständlichkeit, Behalten und Verknüpfungsfähigkeit sowie Handeln und Handlungsorientiertheit (Maaß & Rink 2020b: 24–25). Verstehen ist gemäß der Verständlichkeitsforschung ein aktiver Prozess der Bedeutungskonstruktion, der abhängig von Interessen und Erwartungen, in Bezug auf das Thema eines bestimmten Kommunikates geschieht. Das bedeutet, beim Prozess des Verstehens kommt es zu einer Wechselwirkung zwischen den Merkmalen des Kommunikates und den kognitiven Strukturen der

Rezipient*innen (Christmann & Groeben 2020: 125). Ist ein Kommunikat nun aber schwer auffindbar, erschwert das Rezipient*innen sie wahrzunehmen. Dies wiederum birgt die Gefahr, dass die Verstehensressource überbeansprucht wird und somit die Interaktion mit dem bisherigen Wissen gestört wird (Maaß & Rink 2020b: 20–24). Aus diesem Grund können Texte zu Barrieren werden. Auch wie sie aufbereitet und ausgestaltet sind, trägt wesentlich dazu bei, wie Rezipient*innen Inhalte wahrnehmen können. Texte können phonisch (akustisch, hören) oder grafisch (visuell, sehen) umgesetzt werden, aber auch haptisch – etwa in Bezug auf Ausgabemedien. Die Zugänglichkeit von Informationen hängt also auch davon ab, ob die für die Rezeption notwendigen Medien für die Adressat*innen verfügbar sind beziehungsweise von ihnen genutzt werden können. In diesem Zusammenhang spielen auch Alter, soziale Schicht, Infrastruktur oder Endgeräte eine wesentliche Rolle (Rink 2020: 46). Damit der Zugänglichkeitsprozess erfolgreich im Handeln mündet, muss es also gelingen, dass die einzelnen Schritte nicht zu viele Ressourcen binden. Nur dann bleiben ausreichend Kapazitäten für den Verstehensprozess sowie die Verknüpfung neuer Informationen mit bereits vorhandenem Wissen. Dies ermöglicht den Rezipient*innen eine Handlung, gleich welcher Art, zu setzen, und dadurch gesellschaftlich teilzuhaben (Maaß & Rink 2020b: 20–24; Rink 2020: 29).

Lutz (2020: 150) führt dazu außerdem ins Treffen, dass es folglich keine *Allgemeinverständlichkeit* geben kann, wohl aber das Bestreben, Texte für so viele Menschen wie möglich verständlich zu machen. Er nennt beispielhaft Rechts- und Verwaltungstexte im Kontext der Kommunikation zwischen Behörden und Bürger*innen. Gerade diese Texte sind es aber, die für Menschen mit einer anderen Erstsprache als der Landessprache zu schwer überwindbaren Kommunikationsbarrieren werden.

Texte können demnach nicht so optimiert werden, dass sie allgemein verständlich werden. Vielmehr kann optimale Textverständlichkeit nur erreicht werden, wenn die Optimierung auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten wird. Dazu muss analysiert werden, welche sprachlichen Kompetenzen, Kenntnisse, Erwartungen und Emotionen die jeweiligen Zielrezipient*innen in die spezifische Kommunikationssituation mitbringen. Erst im Anschluss daran kann die inhaltliche und sprachliche Gestaltung eines Textes erfolgen (Lutz 2020: 150–151). In der Praxis wird jedoch häufig reaktionär mit Barrieren umgegangen. Das heißt: Anstatt bereits zu Beginn auf eine möglichst zielgruppenorientierte barrierearme Textgestaltung zu achten, wird der Faktor Barrierefreiheit oft erst nach Abschluss eines Projektes in Betracht gezogen. Die Maßnahmen beziehungsweise Bemühungen zur barrierefreien Kommunikation werden dadurch vielfach zu einer Zusatzleistung beziehungsweise einem Mehraufwand.

Insbesondere dort, wo Inhalte in unterschiedlichen Sprachen verfügbar gemacht werden sollen, liegt in diesem Zusammenhang oft ein Ressourcenproblem vor (Tuominen et al. 2023: 77–78). Dies fällt demnach besonders im Rundfunk ins Gewicht: “However, linguistic accessibility is limited by necessity, as public broadcasters do not have the resources to make all their content multilingual.” (Tuominen et al. 2023: 77)

3.2.1 Kommunikationsbarrieren

In der Praxis treten Barrieren als Folge von Textangeboten oftmals im Zusammenspiel verschiedenster Faktoren auf. Abhängig von den Bedürfnissen der Adressat*innenschaft wirken sich verschiedene Barrieren unterschiedlich stark auf die Verständlichkeit und Perzeptibilität aus (Rink 2020: 29). Umgekehrt haben Rezipient*innen Barrierefreier Kommunikation unterschiedliches Vorwissen und Interesse sowie bestimmte Erwartungen an Kommunikate, was sich erheblich auf den Prozess des Textverstehens auswirken kann (Rink 2020: 33). Wie die unterschiedlichen Typen von Barrieren und das Profil der potenziellen Rezipient*innen zusammenwirken, lässt sich anhand des Barriereindex von Rink (2020: 57) zeigen. Schubert (2016) und Rink (2020) unterscheiden sieben wahrnehmungsbeziehungsweise verständnisbasierte Kommunikationsbarrieren, auf die nachfolgend näher eingegangen werden soll.

- Die *Sinnesbarriere*: Kommunikate können in der Regel auditiv, visuell oder haptisch rezipiert werden, wobei sich diese Modi auch immer wieder überschneiden. Wenn nun aber Auge, Ohr oder Tastsinn so beeinträchtigt sind, dass sie als Wahrnehmungskanal für die Informationsaufnahme ausfallen, kommt es zur sogenannten *Sinnesbarriere*, denn es mangelt am Zugang zum auditiven Kommunikationsinhalt (Rink 2020: 30; Schubert 2016).
- Die *Fachbarriere*: Wird ein Text nicht verstanden, weil er nur mit dem entsprechenden Fachwissen erschlossen werden kann, wird von der *Fachbarriere* gesprochen. Anders als bei der Sinnesbarriere, sind Betroffene somit in der Lage, ein entsprechendes Kommunikat wahrzunehmen, allerdings fehlt ihnen das notwendige fachliche Wissen, um Zugang zu dem Inhalt beziehungsweise der Informationen eines solchen Textes zu erhalten. Erschlossen werden können diese Texte von Fach-Expert*innen, Lai*innen hingegen werden mangels ihres Fachwissens an der Rezeption gehindert. Fachbarrieren können im Rahmen der Fachkommunikation auch mit Fachsprachenbarrieren gemeinsam auftreten, bedingen einander aber nicht (2020: 30; 2016: 18).

- Die *Fachsprachenbarriere*: Diese Art der Barriere liegt dann vor, wenn Rezipient*innen zwar die Sprache beherrschen, in der ein Kommunikat vorliegt, nicht aber die Fachsprache derselben. Im Allgemeinen zählt Rink (2020: 30–31) Fachtexte zu jenen Kommunikationsbarrieren, die derzeit die größten Herausforderungen bergen – nicht zuletzt deshalb, weil sie besondere Gegenmaßnahmen erfordern.
- Die *Kulturbarriere*: Wie im ersten Kapitel ausgeführt, wird nach Vermeer (1990a: 36) von Kultur als „die Menge aller Konventionen einer Gesamtgesellschaft“ gesprochen. Das bedeutet: Wenn Menschen kulturelles Wissen, also das Wissen über Konventionen einer Kultur, fehlt, können sie Kommunikate, die innerhalb dieser Kultur entstanden sind, nicht erfassen. *Kulturbarrieren* können sowohl bei der Rezeption von Fach- als auch Sachtexten auftreten, etwa dann, wenn Textsortenkonventionen kulturell bedingt anders ausgeprägt sind. (Schubert 2016: 18)
- Die *Kognitionsbarriere*: Sie liegt vor, wenn Texte sprachlich oder inhaltlich so komplex gestaltet sind, dass die Adressat*innen bei der Rezeption kognitiv überfordert werden. In so einem Fall kann kein Verständnis hergestellt werden, da die Rezipient*innen die Kapazität nicht aufbringen können, um die Komplexität der Inhalte zu verarbeiten (Rink 2020: 30).
- Die *Sprachbarriere*: Auch in diesem Fall wird die Verständlichkeit zum Problem – nämlich dann, wenn für die Rezeption eines Kommunikats eine Sprache notwendig ist, die von den Adressat*innen nicht (ausreichend) beherrscht wird (Schubert 2016: 19). In diesem Fall geht es um den sprachlichen Code als Trägermedium von Information (Rink 2020: 31), also um ein System aus heterogenen (Schrift-)Zeichen, Bildern oder Symbolen (Fröhlich 2015: 98; Weidenmann 2002: 45–46). Im deutschen Sprachraum und hierbei für die vorliegende Arbeit besonders relevant Österreich treten Sprachbarrieren vor allem im Zusammenhang mit Migration innerhalb und außerhalb institutioneller Bereiche auf. Hierbei liegt eine Parallele zur Situation in Deutschland vor (Rink 2020: 43). Das heißt, eine Sprachbarriere liegt dann vor, wenn Menschen, die im Land leben, eine andere Erstsprache als Deutsch haben (2020: 31).
- Die *Medienbarriere*: Diese Art der Barriere kann sich in den Bereichen Codalität, Modalität sowie Medium auswirken. Die Ebene des Codes knüpft dabei an die oben genannte Sprachbarriere an, weil es hierbei darum geht, sprachliche Informationen, die in bestimmter Weise codiert sind, aufzulösen. Auf der Ebene des Modes liegt eine Barriere vor, wenn die Informationsaufnahme an der Perzeption scheitert. Das heißt:

Wie im Abschnitt Sinnesbarriere bereits ausgeführt, ist in diesem Fall, das Sinnesorgan, das als Wahrnehmungskanal fungieren soll, nicht funktionstüchtig. Beim dritten Bereich, dem Medium, geht es im technischen Sinne um das (Über-)Tragen von Informationen, also darum, Inhalte mithilfe eines Trägermediums zu übermitteln und zugänglich zu machen (2020: 32). Rink stellt in diesem Zusammenhang fest: Diese Ausprägungsform ist vor dem Hintergrund einer heterogenen Adressatenschaft besonders relevant, da ihre speziellen Bedarfe und Nutzungsformen den präferierten Zugriff auf Inhalte über bestimmte Medien determinieren. (2020: 32)

3.2.2 Kommunikationseinschränkungen

Rezipient*innen von Barrierefreier Kommunikation werden in eine von zwei Gruppen eingeteilt. Man kann sie jener mit Perzeptionseinschränkungen zuordnen, andererseits jener mit Verständniseinschränkungen (Rink 2020: 33–44). Die Perzipierbarkeit hat dabei Vorrang gegenüber der Verständlichkeit, da erstere notwendig ist, um die Inhalte eines Textes semantisch zu integrieren, das heißt ihre sprachlichen Zeichen so zu verarbeiten, dass sie verstanden werden können (2020: 33).

3.2.2.1 Arten von Perzeptionseinschränkungen

Der Begriff der Perzeptionseinschränkung beschreibt die Auswirkungen der sogenannten Sinnesbehinderungen, wie sie bereits bei den Kommunikationsbarrieren ins Treffen geführt wurden. Da Personen mit Perzeptionseinschränkungen nicht zur primär in dieser Arbeit behandelten Zielgruppe zählen, soll nachfolgend nur ein Überblick gegeben werden. Von Perzeptionseinschränkungen betroffen sind Personen

- mit Sehschädigung: Die Bestimmung von Sehbehinderung erfolgt durch die drei Faktoren der Sehschärfe (Visus), der Qualität des Sehvermögens sowie des Gesichtsfeldes. Letzteres beschreibt, welchen Bereich das Auge ohne Bewegung wahrnimmt (DocCheck o. J.-b) Sie bestimmen den Schweregrad der Sehbehinderung, also ob ein Mensch *blind*, *hochgradig blind*, oder *sehbehindert* ist. Für diese Bestimmung wird vom verbliebenen Ausmaß der Sehschärfe des besseren Auges ausgegangen. In Österreich und Deutschland gilt als *sehbehindert*, wer trotz optischer Hilfen auf dem besseren Auge über einen Sehrest von nicht mehr als 30 Prozent verfügt. Hochgradig blind gelten Menschen bei weniger als fünf Prozent und von Blindheit wird gesprochen bei weniger als zwei Prozent (fachspezifikum.at o. J.).

- mit Hörschädigung: Hierbei wird zwischen prälingual (angeboren) und postlingual (im Laufe des Lebens erworben) unterschieden (DocCheck o. J.-a; Rink 2020: 34). Darüber hinaus erfolgt in Österreich eine Definition der Höreinschränkung nach einem von fünf Schweregraden, orientiert an der Hörschwelle des besseren Ohrs. Es handelt sich dabei um leichtgradig (Hörverlust von 20 bis 40 Dezibel), mittelgradig (Hörverlust von 40 bis 60 Dezibel) und hochgradig schwerhörig (Hörverlust von 60 bis 80 Dezibel) sowie an Taubheit grenzend schwerhörig (Hörverlust 80 bis 90 Dezibel) und Gehörlosigkeit (Hörverlust größer als 90 Dezibel). Wichtig hierbei ist: Hören ist nicht mit Verstehen gleichzusetzen. Je nach Schweregrad der Hörminderung können die Betroffenen teilweise noch etwas hören, aber Inhalte nicht mehr wahrnehmen (Gesundheitsportal 2021). Menschen mit (prälingualer) Hörschädigung weisen den höchsten Barriereindex auf. Sie sind demnach mit sämtlichen Barrieren mit Ausnahme der kognitiven konfrontiert. Rink (2020: 58) stellt dazu fest: „Gehörlose Personen haben jedoch aufgrund ihrer Beeinträchtigung besonders ausgeprägte Anforderungen an perzipierbare und verständliche Texte.“
- Mit Hör- und Sehbeeinträchtigung: Vor allem mit fortschreitendem Alter kann es häufiger zu einem gemeinsamen Auftreten der beiden Perzeptionseinschränkungen kommen, wobei es auch angeborene Formen davon gibt²⁵. Die Schädigung beider Sinne führt dazu, dass Betroffene den Ausfall des einen Sinnes nicht durch die Funktion des anderen Sinnes ersetzen können (ÖHTB o. J.)

3.2.2.2 Verständniseinschränkungen

Es gibt eine Vielzahl an möglichen Faktoren, die Menschen daran hindern können, einen Text als Kommunikationsangebot tatsächlich zu verstehen. Personen mit Verständniseinschränkungen können daher vielen Gruppen zugeordnet werden. Rink (2020: 37–45) unterteilt in Personen mit geistiger Behinderung beziehungsweise Personen mit Lernschwierigkeiten²⁶; Personen mit unterschiedlichen Formen der Demenz, also

²⁵ Das gemeinsame Auftreten angeborener Formen von Seh- und Hörschädigung, einer sogenannten Taubblindheit, tritt im Gegensatz zu später im Leben erworbener Formen eher seltener auf. Taubblinde Menschen nutzen den taktil-kinästhetischen Kanal zur Kommunikation. Für den Austausch von Informationen tasten sie das Fingeralphabet (Lorm-Alphabet) auf der Hand beziehungsweise bestimmten Handarealen ab (daktylieren). Dieser Bereich weist jedoch noch hohen Forschungsbedarf auf (Rink 2020: 35)

²⁶ Der Begriff „geistig behindert“ beziehungsweise „geistige Behinderung“ ist umstritten und wird in der öffentlichen Diskussion inzwischen als diskriminierend gewertet. Betroffene wählen aus diesem Grund oft selbst den Begriff „Menschen mit Lernschwierigkeiten“, wenngleich die Fachliteratur damit eine weitere Personengruppe fasst, nämlich jene, die mit unterschiedlichen Ausprägungen von Lernproblemen zu tun hat. Ein wesentlicher Unterschied liegt vor allem im Rechtsanspruch der beiden Gruppen (Rink 2020: 38–40).

degenerativen neurologischen Erkrankungen, die ein Zellsterben verursachen; Personen mit Aphasie, einer in Folge einer Erkrankung des zentralen Nervensystems erworbenen Sprach- und Kommunikationsstörung; Personen mit Deutsch als Zweitsprache und Personen mit Mehrfachbehinderungen.

Für die vorliegende Arbeit besonders relevant sind hierbei die Verständniseinschränkungen von Personen mit Deutsch als Zweitsprache, wobei erwähnt werden muss, dass mögliche Strategien zum Barriereabbau, auch auf für die anderen genannten Gruppen von Nutzen sein können – wie später noch genauer ausgeführt wird. Menschen, die Deutsch als Fremdsprache erwerben, diese allerdings nicht in einem schulischen oder sonstigen institutionellen Rahmen erlernen, sind oft mit Problemen konfrontiert. Sie eignen sich die Fremdsprache durch das Bewältigen ihres Alltages in einem Land mit Deutsch als Amtssprache an, erwerben sie aber weder in Wort noch in Schrift in einem didaktisch geprägten Umfeld. Dies hat zur Folge, dass sich die Gruppe der Personen mit Deutsch als Zweit- beziehungsweise Fremdsprache als äußerst heterogen darstellt. Die Sprachbarriere entsteht durch Defizite im Sprach-, Diskurs- und Weltwissen in Bezug auf das jeweilige deutschsprachige Land. Die Sprachbarriere hat ihre Ausprägung vor allem im Bereich der Codalität.

Diese sehr heterogene Personengruppe ist in den vergangenen zehn Jahren stetig gestiegen. Laut Österreichischem Integrationsfonds (ÖIF) lebten Anfang 2025 rund 1,9 Millionen Menschen mit einer anderen Staatsbürgerschaft in Österreich. Die Gründe für ihre Zuwanderung reichen von Arbeitsmigration bis zur Flucht vor dem Krieg. Mehr als 80 Prozent der Migrant*innen hat dabei eine andere Erstsprache als Deutsch. Die häufigsten Erstsprachen sind rumänisch, türkisch, bosnisch, kroatisch, serbisch, ungarisch, syrisch, ukrainisch und polnisch²⁷ (ÖIF 2025). Diese äußerst heterogene Personengruppe ist vielfach mit den verschiedenen Kommunikationsbarrieren konfrontiert, zeichnet sich unter anderem aber auch dadurch aus, dass sie nicht zu der vom BGStG angesprochenen Adressat*innenschaft gehört. Das heißt Menschen, die Deutsch als Zweit- beziehungsweise Fremdsprache erlernen, haben keinen Rechtsanspruch auf barrierefreie Texte. Auf der anderen Seite hat gerade diese Gruppe vor allem zu Beginn ihres Spracherwerbs oft mit den verschiedensten Anträgen und Formularen zu tun und gelangt dabei nicht selten an ihre Verstehensgrenzen. Es gibt nicht nur große Unterschiede darin, wie leicht es den einzelnen Personen fällt, Deutsch zu erlernen, sondern auch in den laut- wie schriftsprachlichen Fähigkeiten in der Erstsprache. Nicht alle

²⁷ Laut ÖIF lebten am 1.Jänner 2025 239.500 Menschen in Österreich, die eine deutsche Staatsbürgerschaft aufweisen, also Deutsch als Erstsprache aufweisen und somit nicht zur Zielgruppe dieser Arbeit zählen.

Zuwander*innen sind alphabetisiert (Rink 2020: 43). Der ÖIF stellt dazu fest, dass Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit in Österreich „überdurchschnittlich häufig in den niedrigsten und höchsten Bildungssegmenten vertreten, während sie im mittleren Fachkräftesegment vergleichsweise unterrepräsentiert sind“ (ÖIF 2025). Zudem wird insgesamt auch ein Anstieg des Bildungsniveaus in der Zielgruppe erkannt. Dies trifft allerdings weniger auf Asyl- und subsidiär Schutzberechtigte zu. Beinahe die Hälfte der Menschen, die 2024 neu zu dieser Gruppe der Deutschlernenden hinzugekommen sind, wiesen einen Alphabetisierungsbedarf in ihrer Herkunftssprache auf (ÖIF 2025). Der ÖIF wurde 1960 gegründet, um Zuwander*innen einen institutionellen Rahmen zu bieten, der dabei hilft Kommunikationsbarrieren und Verstehenseinschränkungen abzubauen (ÖIF o. J.). Im Alltag ist diese Personengruppe aber dennoch mit erheblichen Barrieren bei der Rezeption von unterschiedlichen Kommunikationsangeboten konfrontiert (Sicher & Stampf 2025: 22–23). Zwar kann jede der bereits erwähnten Kommunikationshindernisse als Einzelphänomen auftreten, sie können aber auch in Kombination oder als Mischform vorkommen. In so einem Fall ist von einer Mehrfachbehinderung die Rede. Dies gilt für alle möglichen Kombinationen von Kommunikationseinschränkungen und Barrieretypen. Ein Beispiel dafür wären etwa Menschen, die mit Deutsch als Zweitsprache und mit einer geistigen Behinderung leben. (Rink 2020: 43).

3.2.3 Barriereindex

Wenn Texte durch die unterschiedlichen Barrieren nicht oder nur schwer zugänglich sind, folgt das Missverstehen oder Nicht-verstehen. Ob es bis zur absoluten (Verstehens-)Grenze kommt, hängt von der Korrelation der Barrieren ab sowie von den Determinanten auf Seiten der Rezipient*innen. Es handelt sich um ein dynamisches Konzept mit graduellen Abstufungen, abhängig von den jeweiligen Ausprägungen der Barrieretypen. Inwiefern Barrieren und Einschränkungen korrelieren, lässt sich am Barriereindex von Rink (2020: 47) (Abbildung 1) ablesen.

© Frank & Timme Verlag für wissenschaftliche Literatur

		Formen von Beeinträchtigungen							
Barrieretyp		geistige Behinderung	Lern-schwierigkeiten	Demenz	Prälinguale Hörschädigung	Aphasie	DaZ	Seh-schädigung	fkt. Analpha-bet(inn)en
Sinn	auditiv	0	0	0	1	0	0	0	0
	visuell	0	0	0	0	0	0	1	0
	haptisch	0	0	0	0	0	0	0	0
Fach		1	1	1	1	1	1	1	1
Fachsprache		1	1	1	1	1	1	1	1
Kultur		1	0	0	1	0	1	0	0
Kognition		0	0	1	0	0	0	0	0
Sprache		0.5	0	0.5	1	1	1	0	0
Medien	phonisch	0	0	0	1	0.5	0	0	0
	grafisch	1	1	0	1	0.5	0	1	1
	haptisch	0	0	0	0	0	0	0	0
	Medium	0	0	1	1	0	0	1	0
Barriereindex (BI)		4.5	3	4.5	8	4	4	5	3

Tab. 2: Barriereindex (BI)

Abb. 1: Barriereindex nach Rink (Rink 2020: 47)

Die Ausprägung der jeweiligen Einschränkung bezogen auf die unterschiedlichen Barrieretypen definiert das Adressat*innenprofil. Personen mit Deutsch als Zweitsprache haben mit einer Sprach- und Kulturbarriere zu tun. Sie gehören einer anderen Sprachgemeinschaft an und sind anders enkulturiert worden. Hinsichtlich der Inhalte haben sie somit auch mit fachlichen beziehungsweise fachsprachlichen Prägungen der Sprache zu tun. Zu dieser Gruppe können, wie bereits ausgeführt auch funktionale Analphabet*innen zählen. Lässt man die Sprach- und Kulturbarriere weg, kommen Betroffene auf drei Punkte im Barriereindex. Für sie sind Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit sowie grafisch realisierte Inhalte eine Hürde in Bezug auf das Verstehen und die Wahrnehmung von Texten (Rink 2020: 53)²⁸.

3.3 Strategien zum Abbau von Kommunikationsbarrieren

Vollständige Barrierefreiheit ist, wie bereits festgehalten, kaum erreichbar, handelt es sich doch um ein sehr anspruchsvolles Konzept. Um dennoch eine möglichst barrierearme Umgebung zu schaffen, müssen unterschiedliche, teils sich widersprechende Anforderungen überein gebracht werden (Sieger 2020: 13). Zum Abbau der oben beleuchteten Kommunikationsbarrieren kennt Rink (2020: 60) drei Arten von Strategien: sprachliche, mediale und konzeptuelle.

²⁸ Alle möglichen im Barriereindex ersichtlichen Korrelationen ausführlich zu beschreiben, würde an dieser Stelle den Rahmen sprengen. Sie können bei Rink (2020: 49–53) nachgelesen werden.

3.3.1 Sprachliche Strategien

Um die Verständlichkeit von Kommunikation auf Wort-, Satz-, und Textebene zu verbessern, werden Maßnahmen wie kürzere, weniger komplizierte Wörter und Sätze, die Veranschaulichung von Sachverhalten anhand von Beispielen oder das Erläutern von komplexen, abstrakten oder fachlichen Konzepten beziehungsweise Sachverhalten gewählt. (Rink 2020: 60). Zum Einsatz kommt hierbei (*leicht*) *verständliche Sprache*, welche als Überbegriff für die Abstufungen von Leichter und Einfacher Sprache firmiert (Paludo 2025: 20).

Leichte Sprache soll, als eine Varietät des Deutschen, für Menschen mit Leseinschränkung eine höhere Wahrnehmbarkeit und Verständlichkeit hervorrufen. Ziel dabei ist sprachliche Vielfalt so zu begrenzen, um ungeübte Rezipient*innen nicht durch sprachliche Varianz zu verwirren (Zehrer 2020: 583). Leichte Sprache zeichnet sich auf Ebene der Morphologie dadurch aus, dass kurze Wörter verwendet werden, komplexe Wörter durch Bindestriche getrennt werden, Abkürzungen ausgeschlossen sind und passive Konstruktionen vermieden werden. Auf Ebene der Lexik kommen leicht verständliche Wörter zum Einsatz. Fremdwörter werden vermieden. Ist es notwendig ein Fremdwort zu verwenden, muss dieses erklärt werden. Die Syntax ist dabei möglichst kurz zu halten. Außerdem werden Negationen vermieden. Auf Textebene wird darauf geachtet, dass eine Konsistenz in der Bezeichnung von Substantiven vorliegt. Relevante Information finden sich am Anfang eines Textes, Die Lesbarkeit wird durch Zwischenüberschriften und direkte Ansprache erhöht. Diese Merkmale, die auch in den Regelwerken für Leichte Sprache auffindbar sind, betrachten Bredel und Maaß durchaus auch mit kritischer Distanz. Sie merken an, dass Verstöße gegen die Orthografie und Grammatik die Wahrscheinlichkeit auf ein Verstehen reduzieren. (Maaß & Bredel 2020: 253–254). Dies gilt auch mit Blick auf eine weitere Zielgruppe: Menschen mit geringen Deutschkenntnissen. Sie profitieren von leichter verständlich formulierten Informationen.

An dieser Stelle wird der Leichten Sprache oft die Einfache Sprache gegenübergestellt (Paludo 2025: 19). Sie zielt auf eine sprachliche Vereinfachung, nicht aber auf eine inhaltliche (Maaß & Bredel 2020: 258). Während Leichte Sprache an das Sprachniveau A1/A2 angelehnt wird, entspricht einfache Sprache eher dem Niveau B1²⁹. Eine Unterscheidung zwischen

²⁹ Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen (GERS) gilt als Maßstab für den Erwerb von Sprachkenntnissen und die Vergleichbarkeit von Sprachzertifikaten. Sprachkenntnisse werden hierbei nach den drei grundlegenden Level A (Elementare Sprachverwendung), B (Selbstständige Sprachverwendung), und C (Kompetente Sprachverwendung) gemessen. Diese wiederum sind erneut in jeweils zwei Stufen unterteilt, wodurch sich die Kategorien A1 (Anfänger), A2 (Grundlegende Kenntnisse), B1 (Fortgeschrittene Sprachverwendung), B2 (Selbstständige Sprachverwendung), C1 (Fachkundige Sprachkenntnisse) und C2

Einfach und Leichter Sprache ist derzeit vor allem in Deutschland vorzufinden. Seit 2024 gibt es dazu auch DIN-Empfehlungen (Paludo 2025: 20). Dort wird festgehalten: „Einfache Sprache sorgt dafür, dass die Lesenden finden können, was sie brauchen, und die Informationen verstehen und verwenden können“ (DIN ISO 24495-1 2023). Dennoch werden Texte in Leichter Sprache nach und nach genutzt, um Behördentexte zugänglicher zu machen und auch im Medienbereich lässt sich ein steigendes Textangebot beobachten (Maaß 2020: 273). Es wird davon ausgegangen, dass verständlichkeitsoptimierte Texte in Leichter Sprache unabhängig der konkreten Anforderungen an Texte, bei den unterschiedlichen Zielgruppen für die Zugänglichkeit zur Inhalten sorgen kann (Maaß & Bredel 2020: 258).

Die Erstellung von Leichte-Sprache-Texte ist als intralinguale Übersetzung zu verstehen, da es sich um eine Substitution sprachlicher Zeichen einer Sprache durch andere Zeichen derselben Sprache handelt. Zusätzlich kann es sich um eine intersemiotische Übersetzung handeln, wenn verbal ausgedrückte Inhalte visualisiert werden. Außerdem ist eine interkulturelle Übersetzung möglich. Letzteres tritt ein, wenn die Adressat*innen für Leichte Sprache Menschen mit Deutsch als Zweitsprache sind (Maaß 2020: 279). Eine Herausforderung ist in jedem Fall, dass die Übersetzer*innen von Leichte-Sprache-Texten meist weit von ihrem Zielpublikum entfernt sind, da sie selbst mit der Schriftlichkeit, mit Textsorten und Diskursen sehr vertraut sind, während das Zielpublikum auf Leichte Sprache angewiesen ist, um überhaupt an einer formellen Kommunikation teilhaben zu können (Zehrer 2020: 585). Maaß (2020: 280) merkt an, dass der Bedarf für Leichte-Sprache-Übersetzungen stetig steigt, aber „von nichtprofessionellen, intuitiv handelnden Übersetzer(inne)n nicht adäquat bewältigt werden [kann]“. Sie betont daher mit Verweis auf Holz-Mänttäri (1984: 165) die Notwendigkeit einer Professionalisierung der Übersetzungspraxis in diesem Bereich.

3.3.2 Mediale Strategien

Eine bessere Perzeption, also eine bessere Wahrnehmbarkeit der Textoberfläche kann mithilfe typografischer Gliederung und Vernetzung erreicht werden. Dazu gehören etwa Einrückungen, Hervorhebungen, oder die Bildgestaltung (Rink 2020: 60–61). Eine wesentliche Rolle nimmt dabei auch das Grafikdesign beziehungsweise das Layout eines Textes ein. Alexander (2020: 97) sieht im Layout eine Makrotypografie, also ein Beziehungsgeflecht von Schrift, Gliederungselementen, Abbildungen und den sie umgebenden Weißraum, die sich an den DIN-Empfehlungen 1450 zur Leserlichkeit von Schrift im öffentlichen Raum, aber auch in Büchern,

(Annähernd muttersprachliche Kenntnisse) ergeben (GERS o. J.).

Broschüren und Zeitungen orientieren (Alexander 2020: 97–98; DIN 1450 2024). Typografie und Layout stellen somit eine Visualisierung von Sprache dar, die durch Bilder um Information erweitert werden kann. Ziel eines konsistenten grafischen Konzeptes ist es, eine erwartungskonforme Informationsaufnahme zu ermöglichen, indem das Arbeitsgedächtnis von Rezipient*innen geschont wird. Im besten Fall animiert das Layout die Adressat*innen dazu, einen Text zu rezipieren. Damit Textoberflächen besser zugänglich werden, kommt auf Ebene der Typografie einfache, gerade Schrift, die nur einer Schriftart angehört und mindestens 14 Punkt groß ist. Hervorhebungen in Texten geschehen mittels dunkler Schriftfarbe, oder Hinterlegen des Textes mit einer hellen Farbe sowie durch Fettdruck. Versal- oder Kursivsatz beziehungsweise Unterstreichungen tragen nicht zur besseren Lesbarkeit bei. Außerdem empfiehlt sich für ein barrierefreies Layout ein deutlicher Kontrast zwischen Schrift und Papier. Der Text soll zudem in viele Absätze und Überschriften gegliedert sein, Aufzählungspunkte nutzen, jeden Satz in einer neuen Zeile beginnen, einen 1,5-fachen Zeilenabstand aufweisen, linksbündig und keinesfalls im Blocksatz stehen sowie Silben nicht am Zeilenende trennen. Kommen Bilder zum Einsatz, sollen sie nicht als Texthintergrund genutzt werden, sondern scharf und klar komponiert sein. Das heißt, Bilder sollen das Motiv deutlich erkennen lassen, sowie zum jeweiligen Text passen (Alexander 2020: 97). Alexander (2020: 118) führt dazu auch ins Treffen, dass Menschen mit mangelnden Deutschkenntnissen eher nicht zur Zielgruppe für barrierefreies Grafikdesign zählen, da sie Abstrakta ohne Mühen erfassen können und an effektive typografische Gliederungselemente zur Textorganisation gewöhnt sind. Inwiefern diese Erkenntnisse allgemein auch auf die Nutzung elektronischer Kommunikationsmittel und mobiler Endgeräte wie etwa Smartphones zutreffen, wurde in der Forschung lange nicht berücksichtigt (2020: 99).

Mediale Strategien haben in jedem Fall eine multimodale Aufbereitung von Text zum Ziel. Deutlich wird dies etwa auch, wenn bestimmte Sinnesorgane als Wahrnehmungskanal nicht zur Verfügung stehen. Dann braucht es alternative Kanäle, um die Perzeptibilität sowie die Verarbeitung von Information zu unterstützen. Beispiele dafür sind etwa Untertitel oder Audiodeskription (Rink 2020: 60–61). Dieser Bereich ist in den vergangenen Jahren vor allem im Bereich der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten rasant gewachsen (Heerdegen-Wessel 2020: 725; Kurch 2024: 437) und nimmt durch private Anbieter auch stetig zu. Das Angebot ist in der Produktion jedoch zeit- und kostenintensiv, weshalb sich die Forschung in diesem Bereich nach und nach damit auseinandersetzt, welche (sprach-)technologischen Werkzeuge zur Beschleunigung dieser Prozesse genutzt werden können. Eine automatisierte Umwandlung von gesprochener in geschriebene Sprache werden inzwischen bereits laufend in der Produktion

eingesetzt. (Kurch 2024: 437–438). Ziel der Rundfunkanstalten ist: „Unabhängig von einer eventuell vorhandenen Behinderung oder Schwäche soll jeder die Möglichkeit haben, sich zu informieren und sich eine eigene Meinung zu bilden, um sich am gesellschaftlichen Diskurs beteiligen zu können.“ In der Praxis lässt sich dies insbesondere am Beispiel von Untertiteln darstellen. Sie werden in Rundfunkanstalten primär erstellt, um hörgeschädigten und gehörlosen Menschen das Programm zugänglich zu machen. Davon können aber auch Menschen mit Deutsch als Fremdsprache profitieren, die anhand der Untertitel Hören und Lesen kombinieren können und so den Erwerb der deutschen Sprache vorantreiben können (Heerdegen-Wessel 2020: 725–726).

3.3.3 Konzeptuelle Strategien

Um Inhalte kognitiv weniger komplex zu gestalten, werden neben sprachlichen und medialen Strategien, etwa auch strukturelle Eingriffe in die Informationsdarbietung, also eine strukturelle Veränderung des Informationsangebotes vorgenommen. Zu diesem Zweck lassen sich beispielsweise Metatexte einsetzen, mit Hilfe derer Audioeinführungen oder Zusammenfassungen in Leichter Sprache Information zugänglich machen. Außerdem gibt es die Option, bei multimodal aufbereiteten Inhalten das Medium zu wechseln. Auf diese Weise könnte beispielsweise ein grafisch realisierter Text als Video dargestellt werden, oder umgekehrt ein Audioangebot auf grafische Art und Weise (Rink 2020: 61). Beispiel für Letzteres sind wiederum Untertitel, denn sie dienen nicht nur der Übersetzung von einer Sprache in die andere, sondern dem Transfer der gesprochenen Sprache in den Schriftmodus. Dies dient dazu, den auf verbaler, nonverbaler sowie paraverbaler Ebene entstehenden Informationsverlust – etwa durch eine bestehende Sinneseinschränkung wie bei schwerhörigen, ertaubten oder gehörlosen Personen – auszugleichen (Mälzer & Wünsche 2020: 327).

3.4 Translation und Inklusion in der Mediennutzung

Kommunikationstechnologien sind heute integraler Bestandteil des Alltages und das gesellschaftliche Leben ist ohne audiovisuelle Inhalte nicht mehr denkbar. Die sogenannte Informationsgesellschaft erschließt Unterhaltungs- und Informationsangebote überwiegend multimodal – über das Internet, TV-Sender, auf Computern, TV-Bildschirmen oder Smartphones, aber auch in Theatern, Museen oder an diversen öffentlichen Orten. Das klassische Printprodukt gerät dabei eher in den Hintergrund (Pérez-González 2014: 13–14). Gepaart mit den Entwicklungen der Audiovisuellen Translation ermöglicht das Zusammenspiel aus Kommunikations- und Informationstechnologie theoretisch eine weltweite Vernetzung und

Teilhabe an globalen Prozessen. Dabei hat sich der Begriff *Accessibility*, also Barrierefreiheit oder auch Zugänglichkeit, in der praktischen Nutzung lange vor allem auf „persons with special needs“ bezogen, wodurch potenzielle weitere Nutzer*innengruppen – wie etwa Menschen mit Verständlichkeitsschwierigkeiten aufgrund von (Fremd)-Sprachenbarrieren – nicht als Zielgruppe bedacht wurden. Erst in der jüngeren Vergangenheit ist diesbezüglich ein Wandel hin zu einer Nutzung festzustellen, von der sämtliche Gruppen einer Gesellschaft profitieren können. Dieses wachsende Bewusstsein für Sprachrechte als Menschenrechte³⁰ geht einher mit zunehmend multilingualen Gesellschaften sowie einer steigenden Mobilität. Das bedeutet, der gesamtgesellschaftliche Bedarf an audiovisuellen Angeboten über (Hirvonen & Kinnunen 2020: 470–471). Barrierefreiheit wird in diesem Zusammenhang zu einem Mittel, „that enables the use of products, communication, and services across different abilities and contexts“ (2020: 470).

Die Konzepte der Barrierefreiheit und der Translation stehen damit nicht nur in einer komplexen Beziehung zueinander, sie weisen auch viele Gemeinsamkeiten auf. Dort wie da gibt es das Bestreben, Texte zugänglich zu machen. So wird für viele Formen der Barrierefreiheit auf Methoden aus der Translationswissenschaft zurückgegriffen. Dabei geht es um das Übertragen von Konzepten, um interlinguale Übersetzungen – auch im Bereich der Zeichensprache – oder um intralinguale Übersetzungen wie beispielweise zwischen verschiedenen Sprachmodi. Auf der anderen Seite bedeutet Übersetzen auch, sich über Kultur-, Sprach- und Sinnesbarrieren hinwegsetzen zu können. Hirvonen und Kinnunen stellen dazu fest: “Translation is one tool or method for accessibility, and accessibility translation is one measure to improve human rights so that everyone is able to participate in society.” (2020: 471)

3.4.1 Media Accessibility

Öffentlich TV-Stationen stehen in der Verantwortung Unterhaltungs- und Informations-Dienstleistung für ein möglichst breit gefächertes Publikum zur Verfügung zu stellen (Tuominen et al. 2023: 77). Dazu dienlich ist die *Media Accessibility* (MA), die Barrierefreiheit in Bezug auf Medien. Sie nahm ihren Anfang mit der Fokussierung auf Personen mit Behinderungen. Erst nach und nach hat sich das Feld geweitet und auch sprachliche Barrieren wurden berücksichtigt. Mit der Zeit wurde der Blick insgesamt universalistischer (Greco 2018:

³⁰ Das European Disability Forum (EDF) betont in seiner Stellungnahme zum Entwurf des Allgemeinen Kommentars zu Artikel 9 der UN-Behindertenrechtskonvention (CRPD), „that all relevant communication, information, meetings and its contents should be accessible to all persons with disabilities“ und unterstützt die Auffassung, dass Barrierefreiheit ein neues Menschenrecht ist. (Greco 2016: 24)

211). MA beschreibt Methoden, die es ermöglichen, dass Menschen Inhalte erschließen können, die ihnen in ihrer originalen Darstellungsform nur schwer oder gar nicht zugänglich wären. Für Greco (2016: 23) haben Medien somit die Fähigkeit Barrierefreiheit als Menschenrecht sowohl zu unterstützen, als auch ihren Bedarf anzuzeigen. Die MA greift dazu auf bekannte Instrumente der Audiovisuellen Translation zurück. Die wohl bekanntesten sind die Audio Deskription und die Untertitelung (2016: 23). Anfänglich also ausschließlich der audiovisuellen Translation zugeschrieben, hat Barrierefreiheit und damit die MA in den vergangenen Jahrzehnten einen zunehmend interdisziplinären Zugang erfordert. Denn die Translationswissenschaft als alleinige Bezugswissenschaft hat zu einem kleineren Nutzungsrahmen mit begrenzten Modalitäten geführt. *Media Accessibility* vereint allerdings Ansätze aus audiovisueller Translation, Computertechnologie, Psychologie, Gesundheitswesen, Anthropologie oder Kulturwissenschaften (O'Hagan & Mangiron 2013: 36–37). Das bedeutet: Die eine Methode zur Erreichung von Barrierefreiheit gibt es nicht. Vielmehr muss eine Reihe von Faktoren berücksichtigt werden, um eine universalistische MA zu erreichen (Moores 2023: 99–100). Als wesentlich in diesem Zusammenhang gilt der Übergang zu einer proaktiven Herangehensweise:

It is now understood that the most effective access is likely to be used by different people (the shift from particularist to universalist); require input from different people, be embedded early in the process (the shift from reactive to proactive). (2023: 99)

Das heißt, barrierefreie Inhalte werden nicht mehr nur für eine spezielle Gruppe im Anschluss an eine Hauptproduktion erstellt, sondern bereits währenddessen und mit Blick auf die (potenzielle) Wirkung auf Nutzer*innen. Es geht nicht darum, möglichst früh im Prozess auf Barrierefreiheit zu achten, sondern die potenziellen Rezipient*innen von Anfang an als Teil davon zu betrachten. Auf diese Art und Weise verliert der barrierefreie Zugang seine Position als exklusiv oder als Drittangebot, in das Gestalter*innen keinen Einfluss haben. (2023: 100) Dies entspricht auch der gegenwärtigen Gesetzeslage in der Europäischen Union, wonach Media Accessibility auch ein wichtiges Mittel zur Teilhabe älterer Menschen darstellt. Gemäß der Untertitelungsnorm ISO/IEC 20071-23 (2018) umfasst die Zielgruppe für barrierefreie Untertitel nicht nur Menschen mit Sinnesbehinderung(en), sondern auch jene mit kognitiven Einschränkungen sowie Menschen, die aufgrund von Sprachbarrieren Schwierigkeiten in der Rezeption haben. Auch jene, die eine Tonspur nicht abrufen können, werden berücksichtigt. Darüber hinaus werden auch Umwelteinflüsse in Betracht gezogen, etwa wenn der Ton von audiovisuellen Produktionen nicht zugänglich ist (*accessible*), verfügbar (*available*) oder

angebracht (*appropriate*) ist (Romero-Fresco 2018: 188).

Dennoch herrscht immer noch eine überwiegend traditionelle, enge, Auffassung von Media Accessibility vor. So hat sich der Begriff „Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing“ für die Untertitelung für taube oder höreingeschränkte Personen etabliert. Die Bezeichnung steht jedoch stark in der Kritik, da sie ausschließlich eine Personengruppe berücksichtigt, andere Zielgruppen wie etwa sprachliche Minderheiten oder Sprachenlernende ausblendet und die Sinnesbehinderung(en) der potenziellen Rezipient*innen in den Vordergrund stellt. (Neves 2019: 84) führt daher den Begriff *enriched subtitles* als Alternative ins Treffen. Dies soll Diskriminierung von Personen mit Sinnesbeeinträchtigungen vorbeugen und neue Entwicklungen in der Media Accessibility ermöglichen. Dazu kommt, dass MA sowohl in der Theorie als auch in der Praxis überwiegend zwar für aber nicht von Menschen mit Behinderung(en) erstellt wird. Das bedeutet: Einerseits wird der Begriff Barrierefreiheit auch in Bezug auf Medien sehr eng gehalten, andererseits wird dabei die passive Rolle von Menschen mit Behinderungen aufrechterhalten (Romero-Fresco 2018: 190).

Greco (2018: 218) bezeichnet eine solche all zu enge Sichtweise auf die Media Accessibility als *ghetto effect*, welcher letztlich die Zugänglichkeit zu Medien sogar erschweren kann. Veranschaulichen lässt sich das beispielsweise anhand der Situation in Südafrika. In dem Land sind gesetzlich elf Sprachen gleichgestellt. Services sollten daher in allen Landessprachen zur Verfügung gestellt werden. In der Praxis sendet die South African Broadcasting Corporation (SABC) jedoch 76 Prozent aller Programme in englischer Sprache. Auch Untertitelungen sind lediglich in englischer Sprache für Menschen mit Sinnesbeeinträchtigungen verfügbar. Media Accessibility wird hierbei nicht genutzt, um mehr Sprachgleichheit zu fördern, obwohl auf diese Weise Alphabetisierung, Bildung, sozialer Zusammenhalt und Lebensqualität gesteigert werden könnte (Romero-Fresco 2018: 189). Um kein zusätzliches Missverhältnis zwischen Menschen ohne und mit Behinderungen zu fördern, braucht es daher einen inklusiven Zugang zur Media Accessibility, der sich nach Romero-Fresco (2018: 190) aus zwei Aspekten zusammensetzt: dem *access to content* (Zugang zu Inhalten) und dem *access to creation* (Zugang zu Kreation).

3.4.2 Access to content

Seit den Anfängen der Forschung zur Media Accessibility in den 1970er-Jahren lag der Fokus auf der Zugänglichkeit von audiovisuellen Inhalten. Dieses bloße Bereitstellen von *content* richtete sich vor allem an Menschen mit Sinnesbeeinträchtigungen, überwiegend gehörlose und blinde Personen. Da sich dieser Fokus, wie oben ausgeführt, nach und nach aber in Richtung

einer universalistischen Auffassung verändert, weitet sich das Blickfeld (Romero-Fresco 2018: 190–192) und die traditionellen Sichtweisen geraten in Kritik. Zwar steigt die Anzahl von SDH-Untertiteln exponentiell, jedoch verweist die Forschung darauf, dass diese Art von Untertitelung für Gehörlose weniger geeignet ist als für Hörgeschädigte und aufgrund ihrer inhaltlichen Aufbereitung oft sogar zu Rezeptionsschwierigkeiten führt (Wehrmeyer 2015: 218–219). Mit ein Grund dafür sind auch die maximale Anzahl der Zeichen pro Sekunde in Untertiteln. Beim Streaminganbieter Netflix beispielsweise liegt die Obergrenze bei 20 CPS. Dies gilt als Limit für hörende Menschen. Gehörlose Personen können diese Untertitel daher oft überhaupt nicht nutzen. Die Vermutung liegt nahe, dass es hierbei auch um wirtschaftliche Aspekte geht. Je höher die CPS sind, desto weniger Anpassungen beziehungsweise Auslassungen sind möglich. Dadurch dauert die Erstellung des Untertitels kürzer. Für Rezipient*innen bedeutet dies allerdings: Hörende können durch diese Art von Untertitel nun zwar ein zusätzliches Hilfsangebot nutzen, die ursprünglich intendierte Zielgruppe kann davon aber kaum bis gar nicht profitieren (Romero-Fresco & Dangerfield 2022: 19).

Ein weiteres Beispiel für die Auswirkungen einer sehr eng gedachten und rein auf den Inhalt bezogenen Auffassung von Media Accessibility ist das Interlinguale Respeaking. Es handelt sich dabei um eine komplexe, dem Simultandolmetschen ähnliche, translatorische Tätigkeit, die vielfach von Untertitler*innen ausgeführt wird. Konsument*innen sind Menschen mit und ohne Hörbeeinträchtigung. In der Praxis hat sich nun gezeigt, dass Menschen mit Gebärdensprache als Erstsprache Live-Untertitelungen in vielen Fällen weniger gut verstehen als hörgeschädigte Menschen, weil den beiden (Ziel-)Gruppen ein unterschiedliches Niveau an Schriftsprachenkompetenz zu Grunde liegt. Untertitel allerdings sind oft sehr schnell und sehr wörtlich. Hörgeschädigte Menschen könnten zusätzlich das Problem vorfinden, dass fehlende nonverbale Elemente in der Untertitelung das Verstehen des Inhaltes beeinträchtigen. Werden die Bedürfnisse der unterschiedlichen Gruppen in der Erstellung der Inhalte jedoch berücksichtigt, kann das interlinguale Respeaking bei entsprechend großem Zielpublikum auch dazu beitragen, Media Accessibility einer größeren Öffentlichkeit verständlicher zu machen (Romero-Fresco 2018: 190–192).

3.4.3 Access to creation

Eine Methode, um die Lücke zwischen dem audiovisuellen Produkt und der audiovisuellen Translation zu schließen, lässt sich im *Accessible Filmmaking* (AFM) finden. Es kann zur Steigerung der Sichtbarkeit barrierefreier und translatorischer Angebote – und somit der Media Accessibility – beitragen. Davon profitieren alle möglichen Zielgruppen – darunter Menschen

mit Behinderung(en) ebenso wie Menschen mit Deutsch als Zweit- bzw. Fremdsprache. Dazu reicht es aber nicht mehr bloße Inhalte zur Verfügung zu stellen, sondern tatsächlich auch den kreativen Prozess. Das bedeutet: Direkt betroffene Menschen bekommen die Möglichkeit selbst audiovisuelle Projekte zu gestalten. In der Filmindustrie sind solche Projekte als *non-cinema* bekannt. Damit wird ausgedrückt, dass es sich um nicht traditionelle Produktions- und Vertriebswege handelt und auch inhaltlich ansonsten weniger repräsentierte Aspekte thematisiert werden. Die gezeigte Realität entspricht somit nicht den Inhalten, die traditionell im Kino gezeigt und in der Regel von Menschen ohne Behinderungen produziert werden (Romero-Fresco 2018: 190).

In der Diskussion um das Erreichen eines umfassenden *access to creation* wird das Feld stark geweitet, um Diversität zu fördern. Auf diese Weise sollen auch weitere unterrepräsentierte Gruppen, wie beispielsweise LGBTQ+ oder auch People of Colour in Produktionsprozesse eingebunden werden und so zu mehr Sichtbarkeit gelangen. Trotz stetiger Entwicklungen und steigendem Bewusstsein gehen Forscher*innen davon aus, dass es noch ein langer Weg bis zu einem vollständigen *access to creation* sein wird (2018: 195–196).

Herausforderungen, die dabei überwunden werden müssen, beziehen sich beispielsweise auch auf die Technologien und den professionellen Markt, über den Romero-Fresco (2018: 200) sagt: „which in itself requires a profound change in attitudes and a set of proactive policies“.

Wie bereits in Kapitel 2 besprochen, sind Untertitel bisweilen ein translatorischer Prozess, der nicht automatisch mit der Produktion mitgedacht wird. Barrierefreie Services werden traditionell als kostenaufwändig betrachtet, zumal sie, wie ausgeführt, nur einer kleinen, spezifischen Zielgruppe zugeordnet werden. Dies gilt nicht nur in der Film- sondern auch in der Fernsehindustrie und ist vor allem am Beispiel von SDH-Untertiteln besonders gut zu beobachten, die gerne an Drittanbieter ausgelagert werden. Dadurch wird ausgeschlossen, dass die Untertitelung in Zusammenarbeit mit einem Kreativteam erstellt wird (2019: 500).

Eine Möglichkeit eine Änderung dieser Sichtweise herbeizuführen, birgt das Konzept des *universal design*. Die Idee dahinter ist, dass das Design eines Produktes an so vielen Endnutzer*innen wie möglich ausgerichtet ist (2019: 500). SDH-Untertitel werden oft als *electronic curb-cuts* bezeichnet, wodurch ausgedrückt werden soll, dass sie von einer spezifischen Zielgruppe ebenso wie von weniger mitgedachten Rezipient*innen genutzt werden (können). Konkret können etwa Sprachenlerner*innen oder Menschen mit einer anderen Erstsprache von SDH-Angeboten profitieren. Da sie nicht von Beginn an als Teil

Produktionsprozesses betrachtet werden, sind SDH-Untertitel dennoch kein Beispiel für *universal design* (Udo & Fels 2010: 218–219)

Damit AFM und universal design auch in der Filmindustrie angenommen wird, bedarf es somit nicht nur den Blick auf Barrierefreiheit, sondern auch jenen auf translatorische Dienstleistungen. TV- und Filmproduzierende müssen nicht zwingen Expert*innen in der Untertitelung sein, um Untertitelungsprozesse von Beginn an mitzudenken. Sie können sich auf die Dienstleistung von Expert*innen verlassen, die sich umgekehrt auch auf die Vision der Produzent*innen einlassen müssen (Maszerowska 2013; Udo & Fels 2010: 218). Letztlich müssen Konzepte für Film und TV auch weitreichend und kosteneffizient gestaltet sein. Mithilfe des Accessible Filmmaking sollen so viele Aspekte wie möglich vereinbart werden, um eine Produktion für eine möglichst breitgefächerte Zielgruppe zugänglich zu machen, von seh- und hörbehinderten Rezipient*innen bis zu Sprachenlernenden. Wichtig dabei ist, dass Anpassungen im Produktionsprozess weder das Filmerlebnis der ursprünglichen Zielgruppe noch die kreative Intention der Produzent*innen verändert. Dazu muss die künstlerische Vision auch in der Translation erhalten bleiben (Greco 2018: 214).

4 Forschungsmethode und Untersuchungsmaterial

Ziel der vorliegenden Masterarbeit ist, zu erfassen, inwiefern die Bedürfnisse von mehrsprachigen Rezipient*innen in der Erstellung von Untertiteln bei Informationsangeboten im Rundfunk berücksichtigt werden. Konkret sollte für die Forschung der Blick auf zwei Institutionen des öffentlichen Rundfunks in Österreich - namentlich dem ORF (Österreichischer Rundfunk) und OKTO TV –gerichtet werden und dabei auf Personen, die beim jeweiligen TV-Sender mit der (mehrsprachigen) Programmgestaltung im weitesten sowie in der Untertitelung im engsten Sinne befasst sind. Daher bietet sich ein qualitativer Ansatz - es handelt sich dabei um eine sozialwissenschaftliche Methode – zur Datenerhebung an. Ein quantitativer Ansatz dagegen scheint nicht zielführend, da er nach einer standardisierten Datenerhebung verlangen würde. Die qualitative Forschung jedoch lässt die Äußerung eines differenten Sinns zu. Das heißt, es gibt eine Differenz zwischen dem Sinn, den Forschende einbringen und jenem, den beispielsweise Befragte in einer Erhebung verstehen. Anders ausgedrückt: „Die soziale Wirklichkeit [...] ist als immer schon interpretierte, gedeutete und damit interaktiv ‚hergestellte‘ und konstruierte Wirklichkeit Forschungsgegenstand“ (Helfferich 2009: 22).

Dieser Ansatz kommt in der AVT-Forschung zunehmend zum Einsatz, da er in Hinblick auf Rezeption, Nutzung und Erstellung audiovisueller Translate mikroskopische (detailhafte Komplexität) und makroskopische (auf Häufigkeiten und Durchschnittswerte ausgerichtete) Perspektiven ermöglicht. Immer häufiger eingesetzt werden Methoden der Befragung, insbesondere in der Rezeptions- und Nutzungsforschung, zunehmend aber auch in der Prozess- und Übersetzer*innenforschung (Hirvonen 2024: 305, 311). In der AVT-Forschung werden hierbei auch die Paradigmen zur Publikumsforschung in den Medien- und Kommunikationswissenschaften als Grundlage herangezogen. Sie besagen, dass bei qualitativen Analysen durch Interviews Erkenntnisse über die kontextbedingte, situative Rezeptionserfahrung oder über komplexe Gegebenheiten bei Produktionsprozessen gewonnen werden können (Hirvonen 2024: 307). Daher eignet sich dieser Ansatz für die hier vorliegende Fragestellung, in der die Arbeit für Rezipient*innen von Informationsmedien in den Blick genommen werden sollen. Um die Forschungsfrage zu beantworten, wird daher unter Einbeziehung des oben ausgeführten theoretischen Rahmens das Forschungsdesign der Momentaufnahme, also eine Zustandsanalyse zum Zeitpunkt der Forschung gewählt, wie es auch von Flick (2019: 253–256) dargestellt wird. Zum Einsatz kommen dabei teilstandardisierte Expert*innen-Interviews, mittels derer die verschiedenen Ausprägungen der im Moment der Forschung vorhandenen Expertise erhoben und miteinander verglichen werden.

Das Referenzieren der Interviewpartner*innen auf frühere Projekte dient dabei der Zustandserhebung und nicht der retrospektiven Prozessanalyse (Flick 2019: 255). Der Einsatz qualitativer Interviews dient der Erfassung und Analyse subjektiver Perspektiven der Befragten (Hopf 2019: 350). Die Interviews folgten einem Leitfaden, der gemäß Christel Hopf (2019: 351) Spielräume in den Frageformulierungen, Nachfragestrategien und in der Abfolge der Fragen ermöglichen sollte und werden anschließend anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2022) ausgewertet. Nachfolgend wird in diesem Kapitel darauf eingegangen, welche Überlegungen zur Auswahl der für diese Arbeit verwendeten Forschungsmethodik, Materialien und Analyseverfahren geführt haben.

4.1 Nicht kommerzielles TV in Österreich

Im Fokus der vorliegenden Arbeit liegt die Zielgruppenarbeit bei mehrsprachigen Untertitelungen in zwei österreichischen Rundfunk-Unternehmen, die hier als Organisationen betrachtet werden, also als

von Menschen geschaffene Phänomene und somit Bestandteile der Kultur. Sie bestehen in Abhängigkeit vom Menschen, erfüllen in seinem Leben ganz bestimmte Funktionen, unterliegen so dem gesellschaftlichen Wandel und sind entsprechend auch historisch zu betrachten (von Rosenstiel 2019: 225).

Das wiederum bedeutet, dass die Menschen, die in den betreffenden Unternehmen beschäftigt sind, Expert*innen für die Tätigkeit ihrer jeweiligen Organisationen sowie Vertreter*innen derselben sein können (Merkens 2019: 288).

4.1.1 ORF

Der ORF, ist seit 1955 das größte Medienunternehmen in Österreich, wird per Gesetz als Stiftung des öffentlichen Rechts mit der Bezeichnung „Österreichischer Rundfunk“ geführt und ist im Rahmen seiner öffentlich-rechtlichen Tätigkeit nicht auf Gewinn ausgerichtet (ORF 2024c; Republik Österreich 2024: 1).

4.1.1.1 Gesetzlicher Auftrag

Seine gesetzliche Aufgabe ist es

bei Erfüllung seines Auftrages auf die Grundsätze der österreichischen Verfassungsordnung, insbesondere auf die bundesstaatliche Gliederung nach dem Grundsatz der Gleichbehandlung der Länder sowie auf den Grundsatz der Freiheit der Kunst, Bedacht zu nehmen und die

Sicherung der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, der Berücksichtigung der Meinungsvielfalt und der Ausgewogenheit der Programme [...] zu gewährleisten (Republik Österreich 2024: 1).

Das Medienunternehmen unterliegt ausschließlich dem als ORF-G bezeichneten ORF-Gesetz (Republik Österreich 2023: 1).

Demnach hat der ORF sein Programm auch im Sinne der Barrierefreiheit zu gestalten. Das Gesetz verlangt dazu, dass es jeden Tag zwischen neun und 22 Uhr in zumindest in einem der Programme eine Nachrichtensendung in einfacher Sprache gibt. Allgemein vorgesehen ist laut ORF-Gesetz vor allem der Ausbau des Programms für Menschen mit Seh- und/oder Hör-Beeinträchtigungen sowie für Menschen mit intellektuellen Beeinträchtigungen, die auf einfache Sprache angewiesen sind. Ausnahmen davon werden vor allem bei Live-Inhalten als möglich betrachtet, da hierbei der Aufwand zur Herstellung der Barrierefreiheit höher sein kann (Republik Österreich 2024: 5). Unabhängig davon ist gesetzlich geregelt: „Bis zum Jahr 2030 ist vom Österreichischen Rundfunk die Barrierefreiheit aller seiner Sendungen mit Sprachinhalten anzustreben.“ (2024: 5). Mehrsprachige Inhalte sind laut Gesetz überwiegend im Radio vorgesehen: „Das dritte österreichweit empfangbare Hörfunkprogramm hat in seinem Wortanteil vorwiegend fremdsprachig zu sein.“ (2024: 3).

Aufgrund seiner Sonderstellung in der österreichischen Medienlandschaft definiert das ORF-Gesetz auch in welchem Rahmen der ORF neue Medien für seine Berichterstattung nutzen darf und wie Nachrichteninhalte digital dargestellt werden sollen. Zentral dabei ist seit Jahren die Diskussion um die sogenannte „blaue Seite“, auf der seit der Reform des Gesetzes im Jahr 2024 verstärkt Kurzvideos ausgespielt werden³¹ (Vyslozil & Wippersberg 2023: 16). Seither hat der ORF auch die Möglichkeit Berichterstattung über Social Media-Plattformen abzuwickeln. Auf der Startseite der Homepage bleibt die Überblicksberichterstattung reglementiert und bezieht sich auf „die wichtigsten tagesaktuellen Ereignisse aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Chronik, Wetter, Kultur, Wissenschaft, Sport, Volksgruppen und Religion auf internationaler, europäischer und bundesweiter Ebene“ (Republik Österreich 2024: 3).

³¹ Die Webseite www.orf.at ist das größte online Medienangebot in Österreich (Meier 2018: 165). Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) kritisierte stellvertretend für zahlreiche Medienhäuser in Österreich den Nachrichtenüberblick in überwiegend geschriebener Sprache als „zu zeitungssähnlich“ (Vyslozil & Wippersberg 2023: 14–15). Im aktuellen Gesetz reglementiert ist, dass der ORF auf der Start- und Übersichtsseite nicht mehr als 350 Textbeiträge pro Kalenderwoche veröffentlichen darf. (Republik Österreich 2024)

Dabei ist das Medienhaus per Gesetz dazu verpflichtet, einzelne Elemente der Berichterstattung nur für die Dauer ihrer Aktualität zur Verfügung zu stellen. Dies entspricht einem Zeitraum von maximal 14 Tagen ab Bereitstellung. Nur im Falle eines direkten Zusammenhangs zu einer früheren Berichterstattung darf ein Beitrag wieder für die Überblicksberichterstattung aufgegriffen werden (2024: 3). Weiters ist der ORF gesetzlich dazu verpflichtet ein differenziertes, aber am Interesse des Publikums orientiertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport „für alle anzubieten“ (2024: 3). Zum Auftrag gehört daher auch die Gestaltung eines Programms in den Sprachen der sechs autochthonen Volksgruppen in Österreich. Diese sind die kroatische, die slowenische, die ungarische, die tschechische und die slowakische Volksgruppe sowie die Volksgruppe der Roma (BKA o. J.).

4.1.1.2 Service- und Erklärformate

Der ORF sendet drei Radioprogramme (Ö1, Ö3, FM4), die bundesweite Reichweite haben, neun Radioprogramme aus den Regionalstudios, zwei Fernseh-Vollprogramme (ORF 1, ORF2) sowie zwei Spartenprogramme (ORF III, ORF Sport+) (Meier 2018: 165). Zu allen Programmen gibt es inzwischen Inhalte auf orf.at und der hauseigenen Streamingplattform ORF On. Zusätzlich werden Formate auf Plattformen wie YouTube, Facebook, Instagram und TikTok umgesetzt (ORF 2025a). Ziel auf allen Kanälen ist, dass „die umfassende Information [...] zur freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung im Dienste des mündigen Bürgers und damit zum demokratischen Diskurs der Allgemeinheit“ beiträgt. (Republik Österreich 2024: 3)

In der Beitragsgestaltung für die diversen Ausspielungsformate möchte das Unternehmen „objektive, vertrauenswürdige und zuverlässige Information sowie vielfältige Serviceangebote für die Bewältigung des Alltags“ (ORF 2025b) produzieren und dabei dem Anspruch gerecht werden, dass das Service- und Informationsangebot die Lebensrealitäten des Publikums abbildet und Orientierung bietet (ORF 2025b). Wie lange ein Beitrag ist, hängt von der jeweiligen Sendung beziehungsweise dem jeweiligen Ausspielungsmedium ab. Die Informationsbeiträge der Nachrichtenredaktion, die überwiegend in Zusammenhang mit der „Zeit im Bild“ stehen und auch auf der „blauen Seite“ zu finden sind, haben im Durchschnitt eine Länge von zwei bis drei Minuten (ORF o. J.-a). Beiträge von weiteren Informationssendungen können auch bis zu 30 Minuten Länge aufweisen. Videos, die auf Instagram oder TikTok ausgespielt werden, sind meist nicht länger als eine Minute (ORF o. J.-b). Beiträge auf YouTube werden unter anderen als Erklärstücke in der Länge von etwa 20 bis 30 Minuten veröffentlicht (ORF o. J.-c). Damit fallen die Beiträge unter die Definitionen von

Erklärvideos wie sie auch aus der Bildungswissenschaft bekannt sind, wo sie als „kurze, verständliche und mit Visualisierungen arbeitende Videos, die eine Vermittlungsabsicht darstellen und dazu einen komplexen Gegenstand [...] so aufbereiten, dass er von den Nutzenden ohne viel Vorwissen verstanden werden kann“ (Wehage 2022: 94), allerdings erweitert um den journalistischen Auftrag, die Teilhabe der Menschen an der Öffentlichkeit und Meinungsbildung zu ermöglichen (Meier 2018: 16).

Die spezifischen Angebote für die verschiedenen Volksgruppen in den einzelnen Bundesländern werden regelmäßig in überregionalen Sendeformaten auch österreichweit ausgestrahlt - mit meist deutschen Untertiteln (ORF 2024a), Das Landesstudio Vorarlberg hat darüber hinaus ein bis dahin einzigartiges Projekt zur mehrsprachigen audiovisuellen Informationsvermittlung für Minderheiten, die in Vorarlberg leben, gestartet. Angewendet wird es im Format „Vorarlberg heute kompakt“, einem wenige Minuten dauernden Nachrichtenüberblick (ORF 2024b).

4.1.2 OKTO TV

Die OKTO TV Community GmbH (nachfolgend als OKTO oder OKTO TV bezeichnend) gibt es seit 2005 (Bellardi 2019: 4). Das Medienunternehmen ist nicht auf Gewinn ausgerichtet und wird von seinen Verantwortungsträger*innen als Alternative zu gewinnorientierten sowie öffentlich rechtlichen TV-Sendern wie dem ORF präsentiert (OKTO o. J.-a). OKTO TV war sowohl in Wien als auch auf Gesamtösterreich bezogen das erste Medienunternehmen seiner Art und gilt als wegweisend für nicht kommerzielle Medien in Österreich³², die in der Zwischenzeit Inhalte in 41 Sprachen veröffentlichen (Bellardi 2019: 4). Es zeichnet sich dadurch aus, dass das Programm von Communities für Communities gestaltet wird. Wer auch immer also eine TV-Sendung on Air bringen möchte, bekommt laut OKTO bei dem Mitmach-Sender eine Chance dazu (OKTO o. J.-a). Die Sender-Verantwortlichen beziehungsweise Mitarbeiter*innen unterstützen (potenzielle) Programmgestalter*innen bei der Umsetzung ihrer „vom medialen Mainstream unterschätzten“ Ideen und bei der journalistischen Herangehensweise, damit die Macher*innen „selbstbestimmte Bilder in die mediale Öffentlichkeit tragen“ können (OKTO o. J.-c: 3). Zudem bietet OKTO noch regelmäßig Ausbildungsworkshops³³ für angehende Journalist*innen. Nach eigenen Angaben hat OKTO

³² Insgesamt gibt es in Österreich noch zwei weitere Community TV-Sender, Dorf TV in Oberösterreich und FS1 in Salzburg, sowie 14 Community Radiosender. Sie alle verfolgen ein ähnliches Konzept wie OKTO TV (Bellardi 2019: 3).

³³ In den Jahren 2022 und 2023 mussten aufgrund fehlender Finanzierung Ausbildungsworkshops ausgesetzt sowie eine Lehrredaktion und zwei Praktikumsplätze gestrichen werden (OKTO 2022b)

eine technische Reichweite von 1.403.000 Menschen, wobei der weitester Seher*innenkreis pro Monat 82.000 Menschen umfasst (OKTO o. J.-a).

4.1.2.1 Gesetzliche Rahmenbedingungen

OKTO TV ist ein Gemeinschaftsmedium, auch Community Medium genannt und unterliegt dem Bundesverfassungsgesetz zur Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks (BVG Rundfunk), dem Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G) sowie dem KommAustria Gesetz (KOG) (OKTO o. J.-b). Ein ausschließlich auf Community TV anzuwendendes Gesetz liegt nicht vor, vielmehr wird das nicht kommerzielle TV-Angebot rechtlich gleich behandelt wie jenes des kommerziellen Rundfunks (Republik Österreich 2023). Dies wiederum steht im Kontrast zu Vorgaben von Fördergeber*innen und dem Steuerrecht (OKTO 2020), da Medieninhaber des Sender die gemeinnützige Community TV-GmbH ist, deren Eigentümer der gemeinnützige Verein zur Gründung und zum Betrieb Offener Fernsehkanäle Wien ist (OKTO o. J.-b). Das bedeutet, der Sender wird als zivilgesellschaftliche Organisation betrachtet, die als juristische Person gesellschaftliche Beteiligung auf verschiedenen Ebenen anbietet und fördern, dabei aber nicht Gewinn orientiert arbeiten darf (Bellardi 2019: 3). Finanziert wird der Sender seit 2023 über Förderungen, die zu einem überwiegenden Teil aus dem „Fonds zur Förderung des Nichtkommerziellen Rundfunks“ der RTR-GmbH (Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH) stammen (OKTO 2024). Zuvor war Hauptgeldgeberin die Stadt Wien, die aber ihre Basisförderung für OKTO TV im Mai 2022 eingestellt hat (OKTO 2022b). Nach wirtschaftlich schwierigen Zeiten fanden die Verantwortlichen von OKTO TV Wege den Sender unabhängig von den Förderungen der Stadt Wien zu betreiben (APA News & Horizont Redaktion 2025). Wesentlich dazu bei trägt die Erhöhung der Privatrundfunkförderung, die ebenfalls von der RTR vergeben wird. Für die nicht kommerziellen Medien in Österreich standen dort im 2024 6,25 Millionen Euro zur Verfügung – im Gegensatz zu 25 Millionen Euro für kommerzielle Medien (Fidler 2025).

4.1.2.2 Informations- und Erklärvideos

OKTO TV geht immer wieder Kooperationen mit öffentlichen Einrichtungen, NGO's und Vereinen ein, um Information für unterschiedliche Communitys zugänglich zu machen (APA News & Horizont Redaktion 2025). Die Produktionen, die so entstehen, werden als Informations- und Erklärvideos über OKTO TV ausgestrahlt und sind auf der Homepage des TV-Senders abrufbar. Abhängig von der Kooperationsart handelt es sich um mehrsprachige Produkte, die in unterschiedlich viele Sprachen übersetzt und meist Untertitelt wurden (Die

Neuen 2022; OKTO 2022a). Erklär- beziehungsweise Informationsvideos sind aus dem Bildungsbereich und auch aus dem Marketing bekannt. Allgemein ist der Begriff nicht eindeutig definiert, weshalb die Abgrenzung zu anderen Formaten unscharf bleibt (Wehage 2022: 95). Während also einerseits eine klare Trennung vom Format des Tutorials („How-to-Video“) erfolgt (Simschek & Kia 2017: 23), werden sie andererseits mit Tutorials gleichgesetzt und ihre Funktion im Einsatz bei Themeneinführungen oder auch im Fremdsprachenunterricht (siehe auch Kapitel 2) ins Treffen geführt (Wehage 2022: 95–96). Hier werden Erklärvideos vor allem verstanden als „Filme oder Videos, die abstrakte Themen, Produkte oder Dienstleistungen einfach und in visualisierter Form erklären“ (Simschek & Kia 2017: 23). Diesen Zweck verfolgen auch Sendereihen bei OKTO TV, wobei hier der Begriff „Informationsvideos“ Anwendung findet (OKTO 2022a)

4.2 Auswahlentscheidungen im Forschungsprozess

Die qualitative Sozialforschung kennt drei Ebenen an wesentlichen Auswahlentscheidungen im Forschungsprozess: Die Datenerhebung, die Daten-Interpretation und die Ergebnisdarstellung. Erstere verlangt nach einer Auswahl von relevanten Fällen, Fallgruppen – oder wie im Fall der vorliegenden Arbeit – Interviewpartner*innen sowie des dadurch gewonnen Materials. Zweitere zielt die im Material vorhandenen relevanten Daten für die Interpretation und letztere stellt die Auswahl der interpretierten Daten für die Präsentation dar (Merkens 2019: 286).

4.2.1 Sampling

In der Auswahl für die Datenerhebung (Sampling) wird zwischen primärer und sekundärer Selektion unterschieden. Das heißt, Interviewpartner*innen können gezielt ausgesucht werden oder beispielsweise mittels einer Anzeige ermittelt werden, in der zur Teilnahme an einer Erhebung aufgerufen wird (Merkens 2019: 288–289). In jedem Fall erfordert der Sampling-Prozess eine umfassende Auseinandersetzung mit dem Feld, damit keine relevanten Personen übersehen werden können. Teil davon ist die Literaturanalyse, die zum Ziel hat Informationen beziehungsweise Informant*innen zu eruieren, die in weiterer Folge zu den im Feld relevanten Expert*innen führen können (Bogner et al. 2014: 35). Der Zugang zum Feld gestaltet sich in weiterer Folge oftmals diffizil. Gibt es allerdings Zugang zu einer gefragten Gruppe oder Institution, wird die Auswahl vielfach über die Betreffenden geregelt. Dazu wird nicht selten auf das Wissen von „gatekeepern“ (Schlüsselpersonen) zurückgegriffen, die etwaige Interviewpartner*innen nennen (Merkens 2019: 288). Ebenso gibt es die Möglichkeit, dass wie in einem Schneeballverfahren Interviewpartner*innen mögliche weitere zu befragende

Personen empfehlen. Welche Personen letztlich ausgewählt werden ist, das Ergebnis eines Prozesses, in den nicht nur wissenschaftliche, sondern auch wirtschaftliche Überlegungen einfließen. So hängt die Auswahl nicht nur von den Forschungsfragen und der Zugänglichkeit zum Feld ab, sondern auch von zeitlichen und finanziellen Ressourcen, die in den meisten Fällen Beschränkungen unterliegen. Deshalb sind Vollerhebungen oft nicht möglich. Dennoch bedarf es einer begründeten und nachvollziehbaren Auswahl der Interviewpartner*innen für das konkrete Forschungsvorhaben (Bogner et al. 2014: 35).

4.2.2 Interviews in der qualitativen Sozialforschung

Interviews sind Befragungen und daher als reaktive Datenerhebungsmethode zu betrachten, bei der die Daten durch die Befragungssituation sowie den Aufbau des Fragebogens – er stellt in diesem Fall das Messinstrument dar – erzeugt werden. Anders als etwa Umfragen gelten Interviews daher als explorative Methode (Hirvonen 2024: 307–308). Die qualitative Sozialforschung kennt eine Vielzahl verschiedener Typen und Verfahren der wissenschaftlichen Interviewführung und unterscheidet grundsätzlich zwischen teilstandardisierten beziehungsweise teilstrukturierten sowie unstrukturierten (narrativen) Interviews (Helfferich 2009: 9; Hopf 2019: 351–353). Unabhängig der gewählten Form können Interviews mündlich oder schriftlich ablaufen und werden zunehmend digital, face- to-face, aber auch über Telefon, E-Mail oder Chat geführt (Hirvonen 2024: 308). Interviewende müssen in der Vorbereitung klären, ob sie die Daten anhand eines ausformulierten Fragebogens erfassen und wie offen sie bei der Fragestellung bleiben; ob sie ein konkretes Fallbeispiel in den Mittelpunkt der Befragung stellen oder ein möglichst breites Spektrum an Antworten zulassen; ob sie ihre Interviewpartner*innen zur Narration auffordern, also erzählen lassen und dabei aktiv zuhören, oder ob sie aktiv nachfragen (Hopf 2019: 352). In der Literatur wird zur Benennung der gängigen Interview-Varianten auf unterschiedliche Kriterien und Systematiken zurückgegriffen³⁴. Die für die vorliegende Arbeit relevantesten Formen sind:

³⁴ Bekannte Interview-Varianten sind: Struktur- und Dilemmainterviews - sie gelten in der Abfolge von Fragen und deren Vorgaben als relativ stark festgelegt (Hopf 2019: 352); Klinische beziehungsweise Tiefen-Interviews - sie haben ihren Ursprung in klinischen Kontext der Psychoanalyse (2019: 352), dienen inzwischen aber als Sammelbegriff für überwiegend nicht standardisierte Erhebungsformen (Helfferich 2009: 37; Hopf 2019: 352), Biographische Interviews – mit ihnen werden mittels teilstrukturiertem oder unstrukturiertem Zugang Lebensgeschichte von Interviewten zu erschlossen (2009: 37; 2019: 352). Die hier ausgeführten Interviewvarianten können lediglich einen Einblick in die Vielzahl an Interviewformen mit ihren unterschiedlichen Akzenten geben, zumal etwaige Ausprägungen der qualitativen Interviewführung bisher gar nicht explizit benannt wurden (Hopf 2019: 353). Ausführliche Übersichts-Listen zu den Typen qualitativer Interviews finden sich u.a. bei Hopf (2019) und Helfferich (2009).

- Expert*innen-Interviews: Sie sind teilstrukturiert und zeichnen sich einerseits durch Inhaltsbezogene Interessen an Information aus, da sie zum Ziel haben, Menschen zu interviewen, deren Wissen nicht rein hermeneutisch gedeutet wird, sondern als Auskunft über spezifische Inhalte genommen wird (Bogner et al. 2014: 27; Helfferich 2009: 8). Andererseits werden Expert*innen selbst zum empirischen Gegenstand, da sie in ihrer jeweiligen Position „ihr Wissen und ihre Deutungen für einen breiteren sozialen Kontext relevant oder prägend machen können.“ (Bogner et al. 2014: 17) Die Befragten müssen nicht Expert*innen im engen Sinne sein, die berichteten Fakten werden grundsätzlich als wahr angenommen, sofern es keinen dringenden Verdacht auf Täuschung durch die interviewte Person gibt (Helfferich 2009: 35–40).
- Leitfadeninterviews: Sie zeigen wie sehr die Begrifflichkeiten bei der Benennung von Interviewvarianten beziehungsweise -typen verschwimmen, denn viele qualitative Befragungen, denen andere Namen gegeben wurden, liegt ein Leitfaden zu Grunde. Er hält Fragen oder Stichworte für Fragen fest; wobei die Formulierung und Reihenfolge der Fragen in unterschiedlichem Maß flexibel vorgegeben sein kann (Bogner et al. 2014: 28; Helfferich 2009: 36).

Laut Helfferich (2009: 9) gibt es daher „das“ qualitative Interview nicht. Allen Interviewformen gleich sei jedoch die Tatsache, dass es sich dabei um einen Prozess handle, der als wechselseitige Kommunikation zu Tage tritt, denn:

Jedes Interview ist Interaktion und Kooperation. Das ‚Interview‘ als fertiger Text ist gerade das Produkt des ‚Interviews‘ als gemeinsamem Interaktionsprozess, von Erzählperson und interviewender Person gemeinsam erzeugt – das gilt für jeden Interviewtypus. (Helfferich 2009: 12)

Diese Erkenntnis bringt ein Bewusstsein dafür, dass Interviews immer auch in einer gewissen Art und Weise beeinflusst sind und dass es mittels Reflexion, Kompetenz und Kontrolle möglich ist, diesen Einfluss angepasst an das jeweilige Interview zu gestalten. Dadurch können unbewusste und unkontrollierte Interventionen – das sind Verhaltensweisen, die dem Interviewziel entgegenlaufen – in der Interviewsituation vermieden werden. Wichtig dabei ist es, die eigene Aufmerksamkeitshaltung im Blick zu behalten und – wie im Falle der vorliegenden Arbeit – die eigenen Deutungen im Rahmen des Leitfadeninterviews bewusst zurückzuhalten. (Helfferich 2009: 12–13)

Die praktische Interviewführung zeichnet sich vielfach dadurch aus, dass sich Überschneidungen zwischen verschiedenen Interviewformen bewährt haben. Das bedeutet,

dass auch narrative Interviews problemzentrierte Nachfrage- und Bilanzierungsteile aufweisen können, in denen Interviewende nicht rein in der Rolle der Zuhörenden sind, während auch in Leitfaden- beziehungsweise problemzentrierten Interviews Erzählungen wie in kleinen narrativen Interviews generiert werden können (2009: 12–13).

4.2.3 Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2022)

Die Auswahl des Forschungsgegenstandes, der Interviewformen und der Auswertungsstrategie hängen eng miteinander zusammen. (Helfferich 2009: 168–167) Daher wird auch die Fragestellung und die Auswertung qualitativer Expert*innen-Interviews mittels unterschiedlicher Verfahren durchgeführt, es kommt bislang jedoch kein standardisiertes Auswertungsverfahren zum Einsatz (Bogner et al. 2014: 71; Mayring 2022: 10). Gängige Verfahren sind beispielsweise Theoretisches Codieren, Qualitative Inhaltsanalysen, Narrative Analysen oder Hermeneutische Verfahren³⁵ (Flick et al. 2019b: 19). Bei der Analyse von Leitfadeninterviews kommen vielfach Zusammenstellungen verschiedener Verfahren zum Einsatz (Schmidt 2019: 447). Mayring (2022) führt in diesem Zusammenhang die qualitative Inhaltsanalyse ins Treffen, bei der Techniken zur Anwendung kommen, die „systematisch, intersubjektiv überprüfbar, gleichzeitig aber der Komplexität, der Bedeutungsfülle, der ‚Interpretationsbedürftigkeit‘ sprachlichen Materials angemessen sind“. (2022: 10) Diese Vorgehensweise ermöglicht somit, Informationen aus verschiedenen Kommunikationsformen sowie wiederkehrende Themen und emotionale Faktoren in den Antworten der Interviewpartner*innen zu erkennen (2022: 17–18, 29), weshalb sie sich als besonders geeignet für die Auswertung der Expert*innen-Interviews dieser Arbeit darstellen.

4.2.3.1 Entwicklung der qualitativen Inhaltsanalyse

Die qualitative Inhaltsanalyse hat ihren Ursprung in der klassischen Inhaltsanalyse (Content Analysis), die wiederum als quantitative Methode der Publizistik zur Analyse von Zeitungsartikeln verwendet wurde. Über die Jahrzehnte wurde diese Methode weiterentwickelt und ihre quantitativen Analyseinstrumente um qualitative Aspekte verfeinert. Innerhalb der Kommunikationswissenschaften ist das Analyseverfahren umstritten. Kritisiert wird, dass dieses Standardinstrument empirischer Kommunikationsforschung die Behandlung von Sinn- und Bedeutungsproblemen vermissen lasse. Positiv überwinden lässt sich dieser Umstand

³⁵ Ausführliche Erklärungen der einzelnen Auswertungsverfahren sind an dieser Stelle nicht zielführend und finden sich unter anderen bei Mayring (2022), Flick et al. (2019a), Bogner et al. (2014) oder Helfferich (2009).

mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse (2022: 26–28). Hier wird das zu analysierende Material zunächst in einen Kommunikationszusammenhang eingebettet, einer regel- und theoriegeleiteten Vorgehensweise unterzogen und bei Bedarf auch auf quantitative Analyseschritte zurückgegriffen. Letztlich spielt auch der Anspruch, sich an Gütekriterien wie der Interkoderreliabilität zu messen, eine Rolle (Mayring 2019: 471).

4.2.3.2 Kategoriensysteme

Anders als die klassische quantitative Inhaltsanalyse strebt die qualitative Inhaltsanalyse danach Material zu analysieren, das aus „irgendeiner Art von Kommunikation“ hervorgeht (Mayring 2022: 10). Hierbei sollen bestimmte Elemente des Materials – in diesem Fall der Interviews – so ausgewählt werden, dass die Häufigkeit ihres Auftretens mit jener anderer Elemente verglichen werden kann (2022: 12). Das grundlegende Auswertungsinstrument ist somit die Entwicklung eines Kategoriensystems. Ausgewählt werden müssen dabei jene Aspekte eines Interviews, die dazu beitragen, eine Informationsbasis zur Beantwortung der Forschungsfrage zu bilden. Es muss also auf Basis des Leitfaden-Fragebogens festgelegt werden, wie die jeweiligen Interviews zu lesen sind und welches Kategoriensystem – Kategorien, anhand derer relevante Informationen aus den Interviewtexten gefiltert werden – zur Anwendung kommt (Bogner et al. 2014: 73–74). Da es sich um eine qualitative Analyse handelt, kann die Auswertung nicht anhand vorfixierter Themenkataloge interpretiert werden. Zudem gilt es, die eigenen Fragestellungen und Erwartungshaltungen in den Hintergrund zu stellen. Die eigenen Vorannahmen dürfen die Auswahl der Kategorien und der Analysedaten nicht beeinflussen (Schmidt 2019: 450). Das Suchraster kann abhängig von der Zielsetzung mithilfe verschiedener Techniken erstellt werden (Mayring 2019: 471–473).

- Zusammenfassung: Das Material wird reduziert, sodass ein überschaubares und klares Bild über das Rohmaterial entsteht. Mittel zur Abstraktion sind: Auslassung, Generalisierung, Konstruktion, Integration, Selektion, Bündelung.
- Induktive Kategorienbildung: Die zusammenfassende Inhaltsanalyse wird genutzt, um schrittweise Kategorien zu entwickeln.
- Explikation: Anders als bei der Zusammenfassung wird hierbei auf einzelne zu hinterfragende Textpassagen fokussiert, wobei sich zwischen enger und weiter Kontextanalyse unterscheiden lässt. Erstere bezieht das direkte Textumfeld mit ein, letztere hinterfragt mithilfe von Zusatzmaterial.

- Strukturierung: Hierbei werden bestimmte Aspekte aus dem Material herausgefiltert, wobei formale, inhaltliche, typisierende und skalierend Vorgangsweisen zum Einsatz gelangen können.

Da das Forschungsinteresse dieser Arbeit vor allem auf den inhaltlichen Aspekten über das Wissen über und die Berücksichtigung von Zielgruppen liegt wird hier die strukturierende Inhaltsanalyse gewählt und auf deduktive Kategorisierungstechniken zurückgegriffen. Das bedeutet, die Analysekategorien werden nicht nur aufgrund des Datenmaterials, sondern auch aufgrund der zuvor getätigten theoretischen Erwägungen gebildet. Dadurch unterscheiden sie sich von induktiven Techniken, bei denen die Kategorien rein aus dem Datenmaterial heraus entwickelt werden (Mayring 2022: 64–66, 86). Das so entwickelte Kategoriensystem dient in weiterer Folge als Suchraster und Instrument zur Systematisierung, mithilfe dessen das Material im Zuge wiederholter Lektüre strukturiert wird. Während dieses Prozesses kann das Kategorienschema auch erweitert beziehungsweise überarbeitet werden. Dieser Fall tritt beispielsweise dann ein, wenn sich bestimmte Aussagen in einem Interview keiner der bisher erstellten Kategorien zuordnen lassen. Das Kategoriensystem ist somit der Kern der qualitativen strukturierten Inhaltsanalyse, wie sie auch in dieser Arbeit, zum Einsatz kommt (2022: 60–71). Dazu wird wie folgt vorgegangen (2022: 96):

1. Festlegung der Textelemente zur Definition der Kategorien
2. Auswahl der Ankerbeispiele, die beispielhaft für die jeweilige Kategorie vorgestellt werden
3. Entwicklung von Kodierregeln mithilfe derer eindeutige Abgrenzungen zwischen den Kategorien geschaffen werden.

5 Methodik und Datenerhebung

Die nachfolgenden Ausführungen stellen dar, wie die oben dargestellte Forschungsmethodik für die empirische Untersuchung in der vorliegenden Arbeit angewendet wurde.

5.1 Datenerhebung mittels Leitfadeninterviews

Wie oben ausgeführt, wurden die Daten für diese Arbeit mittels Interviews erhoben. Zum Einsatz gelangt sind leitfadengestützte Expert*innen-Interviews, wobei die Struktur des Interview-Leitfadens anhand der in den Kapiteln eins bis drei dargestellten Theorie erstellt wurde, und aus offenen Fragen besteht, die auf Basis des Forschungsstandes formuliert wurden. Der Leitfaden gliedert sich in die vier Hauptbestandteile: Biografie, Zielgruppen-Wissen, Zielgruppen-Orientierung und Institutionalisierung (Anhang I). Sie stellen sich wie folgt dar:

1. Biographie: In diesem Abschnitt geht es darum, zu erfassen, in welchem Kontext die interviewte Person mit (interlingualer) Untertitelung in Kontakt kommt. Abgefragt werden der berufliche Werdegang (Qualifikationen), der konkrete Aufgabenbereich und das Arbeitsumfeld, in dem die befragte Person mit (interlingualer) Untertitelung zu tun hat.
2. Zielgruppen-Wissen: Die Fragen in diesem Abschnitt fokussieren auf das Wissen über die zu erreichenden Zielgruppen und die dafür relevanten Faktoren (1.2.).
3. Zielgruppen-Orientierung: Dieser Abschnitt bezieht sich auf Fragen zum Umgang der Expert*innen mit ihrem Zielgruppen-Wissen im Kontext der interlingualen Untertitelung (1.2. und 2.5.).
4. Institutionalisierung: Der vierte Abschnitt setzt sich damit auseinander, inwiefern Normen, institutionelle und technische Vorgaben die zielgruppengerichtete Untertitelungsarbeit in der Praxis beeinflussen (1.5. und 2.4.)

5.2 Auswahl der Interviewpartner*innen

Die Expert*innen für die Interviews wurden anhand von zwei Kriterien ausgewählt. Erstens sollten die zu Befragenden in einer der beiden TV-Institutionen in irgendeiner Form³⁶ beschäftigt (gewesen) sein und gemäß Merrens (2019: 288) repräsentativ für die Arbeit im jeweiligen Medienhaus stehen können. Zweitens sollten die betreffenden Personen Erfahrung in der redaktionellen Arbeit bei mehrsprachigen Produktionen haben oder zumindest über die redaktionelle Arbeit mit mehrsprachigen barrierefreien Produktionen in ihrem Medienhaus

³⁶ Die Wirtschaftskammer Österreich unterscheidet sechs Beschäftigungsformen: Arbeitsverhältnis, Freier Dienstvertrag, Werkvertrag, Lehrvertrag, Volontariat, Ferialarbeitsnehmer und Pflichtpraktika (WKO 2026).

entscheiden können. Mitarbeiter*innen, die keine Führungsposition innehaben und ausschließlich in der intralingualen Untertitelungsredaktion tätig sind, sollten daher nicht berücksichtigt werden. Um ausgehend von ihrer Position in der jeweiligen TV-Institution Interviewpartner*innen ausfindig zu machen, wurde auf das Wissen von „gatekeepern“, zumeist Entscheidungsträger*innen, und eine primäre Selektion (Merkens 2019: 288) zurückgegriffen. Auf diese Weise wurden Expert*innen empfohlen, die in weiterer Folge gezielt ausgewählt und (per Mail) angefragt wurden. Auffällig dabei war, dass beim öffentlichen Rundfunk überwiegend Personen in Führungspositionen und ausschließlich Angestellte genannt wurden, während beim nicht kommerziellen Rundfunk überwiegend nicht angestellte Mitarbeiter*innen genannt wurden. Insgesamt wurden zehn Personen zu einem Interview eingeladen. Daraufhin erklärten sich neun Personen zur Teilnahme bereit. Aufgrund personeller Veränderungen in den jeweiligen Medienhäusern wurde eine Zusage zurückgezogen, weshalb letztlich acht Interviews bestätigt wurden. Vier davon können dem ORF zugeordnet werden, vier OKTO TV. Die Gesprächspartner*innen wurden im Rahmen der Terminkoordination über den Forschungsgegenstand informiert und darauf hingewiesen, dass ihre Antworten im Sinne des Datenschutzes ausschließlich für die wissenschaftlichen Zwecke der vorliegenden Arbeit genutzt werden.

Zur Vorbereitung auf die Gespräche erfolgte eine Auseinandersetzung mit dem Umstand, dass gerade bei Expert*innen-interviews bestimmte Rollenkonfigurationen den Gesprächsverlauf beeinflussen können. Aus Sicht der Interviewten können Interviewende als Expert*innen im selben oder in anderen Wissensbereichen wahrgenommen werden, als naive*r Lai*in, als Autorität, als potenzielle*r Kritiker*in oder als Kompliz*in (Helfferich 2009: 134). Aufgrund des Vorwissens, der beruflichen Erfahrungen und des akademischen Werdegangs der Autorin, ergeben sich somit für die Interviews der vorliegenden Arbeit Kommunikationskonstellationen in drei Situationen:

- Gespräch zwischen Expert*innen im selben Wissensbereich.
- Gespräch zwischen Expert*innen in einem verwandten Wissensbereich.
- Gespräch zwischen Expert*in und Lai*in.

Das Bewusstsein dafür sollte dabei helfen, negative Gesprächsdynamiken vorzubeugen und die Qualität des Gesprächs nicht zu mindern (Helfferich 2009: 134). Im Hinblick auf den Interviewleitfaden bedeutet dies, dass nicht die Wortgleichheit der Fragen fokussiert wurde, sondern die Bedeutungsgleichheit. Dabei wurde angestrebt, die Fragen nach Lamnek (2010: 321) in die Alltagsrealität der Gesprächspartner*innen zu bringen. Gleichzeitig diente dieses

Bewusstsein auch dafür, nach jedem Interview eine Reflexion durchzuführen, um mit den gewonnen Erfahrungen Verbesserungen für das Folgeinterview herzustellen.

Die relevanten Informationen über die Expert*innen, ihr Medienunternehmen, ihre Position zum Zeitpunkt des Gespräches sowie die Kommunikations-Beziehung werden nachfolgend tabellarisch (Tabelle 1) dargestellt. Die Kürzel „T1“ bis „T8“ werden gewählt, um die Anonymität³⁷ der Befragten – insbesondere jener, die nicht in exponierten Funktionen tätig sind – zu gewährleisten.

Tabelle 1: Interviewpartner*innen

Name	Medienhaus	Position und Aufgabe	Kommunikationsbasis
T1	ORF	Redaktionsleitung	Expert*innen zwischen Expert*in und Lai*in
T2	ORF	Redakteur*in, Koordination für ein mehrsprachiges Format	Expert*innen zwischen Expert*in und Lai*in
T3	ORF	Redaktionsleitung, Untertitelung (HU-DE)	Expert*innen in einem verwandten Wissensbereich.
T4	ORF	stellvertretende Redaktionsleitung, Untertitelung (DE)	Expert*innen im selben Wissensbereich.
T5	OKTO TV	Programmkoordination	Expert*innen in einem verwandten Wissensbereich.
T6	OKTO TV	Untertitelung (RU-DE)	Expert*innen im selben Wissensbereich.
T7	OKTO TV	Untertitelung (AR-DE)	Expert*innen im selben Wissensbereich.
T8	OKTO TV	Untertitelung (RO-DE)	Expert*innen im selben Wissensbereich.

5.3 Dokumentation und Aufbereitung der Interviews

Die Datenerhebung erstreckte sich über einen Zeitraum von 14 Monaten. Die ersten beiden Gespräche wurden im Oktober 2024 geführt, das letzte Interview erfolgte im Jänner 2026. Die Dauer des Erhebungszeitraumes erklärt sich überwiegend aufgrund des erläuterten

³⁷ Anonymisierung gemäß des österreichischen Datenschutzgesetzes (§ 7 Abs DSG)

Samplingverfahrens mittels „gatekeeping“, andererseits aber auch aufgrund laufender struktureller Veränderungen in den Medienhäusern sowie der Zugänglichkeit zu den Redaktionen. Die Interviews dauerten zwischen 15 und 45 Minuten und wurden mit Ausnahme eines nachfolgend näher ausgeführten Sonderfalls online durchgeführt. Alle Befragten stimmten einer Aufzeichnung der Gespräche zu. Für die Online-Interviews kamen die Plattformen Zoom, Teams und WhatsApp zum Einsatz.

Im Anschluss erfolgte eine wörtliche Transkription auf Basis der einfachen Transkriptionsregeln nach Dresing & Pehl (2018: 15–16). Diese besagen, dass Dialekte in das Hochdeutsche übertragen, nicht relevante Füllwörter nicht mit transkribiert und Wort- sowie Satzabbrüche geglättet werden. Aussagen, die grammatikalisch fehlerhaft sind, werden allerdings beibehalten. Unverständliche Passagen werden mit dem Kürzel (unv.) gekennzeichnet. Zum Zwecke der Übertragung des gesprochenen Textes in eine schriftliche Form (Anhang II) wurde auf die Unterstützung der Transkriptionsplattform HappyScribe³⁸ zurückgegriffen. Den Gesprächsteilnehmern wurde, wie oben dargestellt, je ein Kürzel zugeordnet. Die Fragenstellerin und Autorin dieser Arbeit ist in den Transkripten mit ihren Initialen VS dargestellt. Auf Basis der Empfehlungen nach Bogner et al. (2014: 87–90) erfolgte eine formale Anonymisierung.

Der oben genannte Sonderfall betrifft den ORF und bezieht sich auf zwei Personen, die in einer hybriden Besprechung interviewt wurden. Aufgrund der hohen organisationalen Verflechtung der beiden, schlug die angefragte Interviewperson – hierbei in der Rolle der Gatekeeper*in – die zweite Person ebenfalls zu befragen. Die erste Person sagte jedoch aus persönlichen Gründen kurzfristig den Präsenztermin ab und schlug eine hybride Sitzung vor, wobei ihr*e Kolleg*in während des Gesprächs in Präsenz anwesend war und von technischer Seite her ein Teams-Meeting einrichten sollte. Dadurch ergab sich letztlich ein Doppelinterview. Eine Verschiebung der Interviews wurde nicht in Betracht gezogen, da sich die Hybrid-Befragung für die Beteiligten als praktikabler erwies. Dass das Gespräch nicht im geplanten Rahmen ablief, wirkte sich teilweise auch auf Interviewstruktur aus. Daher wurde zunächst in Frage gestellt, ob dieses Gespräch in die Auswertung für diese Arbeit einfließen kann. Nach Reflexion, Transkription und Analyse wurde jedoch festgestellt, dass die

³⁸ HappyScribe ist ein europäisches Unternehmen mit Sitz in Dublin, Irland, und unterliegt daher europäischen Datenschutzstandards. Die „privat company“ garantiert User*innen eigenen Angaben zu Folge: „All intellectual property rights in Your Content remain exclusively with you.“ Außerdem können User*innen der Plattform wählen, ob ihre Daten für die Weiterentwicklung der Plattform genutzt werden dürfen. Für die hier transkribierten Interviews wurde diese Option dezidiert ausgeschlossen, um jeglichen Missbrauch der Daten für diese Arbeit zu verhindern. (HappyScribe o. J.).

Gewichtung der Fragen zwar von jener der anderen Interviews abweicht, jedoch die Schlüsselfragen zu den Zielgruppen der mehrsprachigen Redaktionsarbeit enthalten sowie die weiteren im Leitfaden definierten Bereiche abgedeckt sind, und dass das Gespräch in diesem Sinne inhaltlich ergiebig war.

5.4 Auswertungsverfahren mittels Kategorien

Zur Auswertung der Interviews wurde ein deduktives Kategoriensystem basierend auf drei zentralen Arbeitsschritten nach Mayring (2022) erstellt:

1. Definition der Kategorien.
2. Auswahl von Ankerbeispielen, um mittels konkreter Textstellen aus den Transkripten Musterbeispiele für jede Kategorie darzustellen.
3. Definition der Kodierregeln, um missverständliche Zuordnungen auszuschließen.

Die Struktur des Kategorienschemas orientiert sich am Interviewleitfaden (5.1) und den Antworten der Interviewpartner*innen. Daraus ergibt sich folgender Kodierleitfaden (Tabelle 2):

Tabelle 2: Kodierleitfaden

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Akademisches Fachwissen	Diese Kategorie definiert, ob, wann und wie theoretisches Fachwissen über die AVT angeeignet wurde.	„Ich habe englische Literatur und Kunstgeschichte studiert. In meinem Studium hatte ich damit [mit Untertitelung] nichts zu tun.“	Aussagen über den Weg zur Arbeit mit mehrsprachigen Projekten, insbesondere der Untertitelung sowie dazugehörige akademische Ausbildungen.
Berufliche Qualifikation	Hier wird definiert, was für die Arbeit an und mit Produkten der AVT, und insbesondere mit der interlingualen Untertitelung, befähigt.	„Ich habe Kontakt gehabt mit der Translationswissenschaft in Graz und die haben mich sehr sensibilisiert dafür [...].“	Aussagen darüber, wie jemand die berufliche Befähigung erlangt hat, um in einer Redaktion mit Untertitelung und Übersetzung zu Arbeiten.

Zuständigkeitsbereich	Diese Kategorie befasst sich mit dem genauen Tätigkeitsbereich einer Person.	„Ich musste das adaptieren noch zusätzlich. Nicht nur übersetzen, sondern überhaupt einmal auf Deutsch normal zusammenfassen, was da gemeint ist.“	Darstellungen, ob Untertitelung bzw. mehrsprachige Arbeit im engeren Sinne eigentlich zum Zuständigkeitsbereich einer interviewten Person gehört.
Arbeitsumfeld	Hierzu zählen alle Aussagen, die darstellen unter welchen Rahmenbedingungen interlinguale Untertitelung entsteht	„Das ist absolute Teamarbeit.“	Aussagen über die Teamarbeit, Projektkoordinationen und Briefings in der mehrsprachigen Arbeit in Redaktionen, insbesondere bei der Untertitelungsarbeit. Dazu gehören auch Aussagen, die sich darauf beziehen, wie Redaktionen mit Übersetzer*innen und oder Untertitler*innen zusammenarbeiten.
Bewertung von AVT-Formaten	Diese Kategorie definiert, wie der Einsatz unterschiedlicher AVT-Formate bewertet wird.	„[...] wir haben gesagt, das mit der Untertitelung kann man in vielen Teilen sowieso schon automatisch haben.“	Alle Hinweise darauf, wie interlinguale Untertitel bewertet werden, und ob beziehungsweise wie sie dabei von anderen Formen der AVT unterschieden werden.
Zusammenarbeit Redaktion und Untertitelung	Diese Kategorie erfasst wie Redaktionen mit Untertitler*innen interagieren.	„Das heißt, wir übersetzen so eigentlich nicht.“	Zu dieser Kategorie gehören alle Aussagen, die sich darauf beziehen, wie Nachrichtenredaktionen

			n mit Untertitelredakteur*innen zusammenarbeiten.
Zielgruppen- Festlegung	Diese Kategorie definiert, wer darüber entscheidet, was die Zielgruppe für ein Projekt ist.	„[W]eil das ORF-Gesetz es vorschreibt.“	Alle Hinweise darauf, wer die Zielgruppe einer mehrsprachigen Produktion definiert oder definieren darf.
Zielgruppen- Wissen	Diese Kategorie definiert, welches Wissen über (mögliche) Zielgruppen für ein mehrsprachiges Informationsangebot vorliegt.	„Es war da noch eine Zeit lang in Überlegung, ob wir Spanisch oder Portugiesisch mitnehmen, weil es viele Arbeitskräfte gibt in Vorarlberg, die im IT-Bereich arbeiten – warum auch immer, ich bin dem noch nicht näher nachgegangen – aber die jedenfalls spanischsprachig sind, wo auch klar gewesen wäre, die hätten sich nur temporär hier aufgehalten, also hätten nicht das Ziel gehabt, sich dauerhaft in die Gesellschaft zu integrieren.“	Hinweise auf die Zusammensetzung, Merkmale und Bedürfnisse der intendierten Rezipient*innenschaft
Zielgruppen- Orientiertheit	Hier wird definiert, wie Kulturspezifika und Idiome gemäß der Bedürfnisse einer Zielgruppe beachtet werden.	„Bei internationalen Zuschauern erkläre oder vereinfache ich Idiome, damit alles klar ist, während ich bei einem Publikum, das die Ausgangskultur kennt, die Originalformulierung eher stehen lasse.“	Aussagen über den zielgruppengerichteten Umgang mit Kulturspezifika und Idiomen
Interaktion mit der Zielgruppe	Diese Kategorie definiert, wie mit	„Ich habe die Videos meiner Familie geschickt [...] und	Hinweise über Rückmeldungen oder

	Zielgruppen interagiert wird.	dann haben sie mir applaudiert und das war's.“	direkten Kontakt mit Rezipient*innen
Übersetzungs- entscheidungen	Definiert wird, welche Faktoren Übersetzungsentscheidungen beeinflussen oder überdenken lassen.	„Also wie die Untertitelung entsteht und die Übersetzungen ist oft ein Ringen um Verständnis. Und da muss ich jetzt auch deutlich unterscheiden. Von diesen vier Sendungen spreche ich ja nur eine Sprache, nämlich Ungarisch.“	Aussagen darüber, wie die Entscheidung für eine Untertitel-Übersetzung entsteht und ob beziehungsweise in welchem Rahmen Anpassungen vorgenommen werden.
DaF/DaZ-Lernende	Diese Kategorie bezieht sich auf die Rolle DaF/DaZ-Lernender für die Untertitelung von Information.	„Es gibt Projekte, da gibt es schon viele neue Informationen. Da reden wir jetzt nicht von der Regel [...]. Gott sei Dank gibt es sie. Das ist auch wichtig für verschiedenste Communities [...]“	Hinweise auf Berücksichtigung der Bedürfnisse von DaF/DaZ-Lernenden
Verständlichkeit	Diese Kategorie definiert, welche Auffassung zum Begriff Verständlichkeit vorliegt	„Eine fixe Definition gibt es auch da nicht.“	Aussagen über die individuelle Auffassung des Begriffs
Teilhabe	Hier wird definiert, welche Rolle Teilhabe spielt.	„[W]enn ich das gewusst hätte vor ein paar Jahren, wo ich nicht so gut Deutsch konnte, wäre es schon sehr hilfreich gewesen, so ein Video gesehen zu haben.“	Alle Aussagen, die darauf schließen lassen, dass mehrsprachige Information dazu beiträgt, dass Menschen handeln können
Institutionelle Vorgaben und Leitlinien	Hierzu zählen Aussagen, die eine Beeinflussung der	„Das betrifft zum Beispiel Regeln zu Lesbarkeit, Timing oder Sprachstil.“	Hinweise auf von Betrieben vorgegebene

	Untertitelung durch Leitlinien betreffen		Arbeitsweisen und Normen
Ökonomie	Diese Kategorie definiert, inwiefern sich der ökonomische Druck auf die Zielgruppenarbeit auswirkt.	„[B]is 2030 müssen wir 100 Prozent Untertitel anbieten. [...] Um den Ausbau zu schaffen bis 2030, würde das bedeuten, dass wir praktisch doppelt so viel Leute brauchen. Und das ist unrealistisch und das wird es nicht spielen“.	Aussagen über die Berücksichtigung wirtschaftlicher Interessen
Technische Vorgaben	In dieser Kategorie werden Aussagen über Beeinflussung und Beeinträchtigung der zielgruppenorientierten Untertitelung durch technische Vorgaben erfasst.	„Das war wirklich umständlich.“	Aussagen über die vorgegebene Einbindung technischer Tools in den Arbeitsprozess
Technische Tools und KI	Diese Kategorie definiert, wie sich der Einsatz technischer Tools auf die interlinguale Untertitelung auswirkt.	„Ich finde diese ersten Versuche mit automatischen Untertiteln spannend, weil es auch zeigt, wie viel besser menschengemachte Untertitel sind.“	Hinweise auf den Einsatz sowie die Herausforderungen und Grenzen bei der Untertitelung mit technischen Tools

6 Diskussion der Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die mittels Inhaltsanalyse erschlossenen Ergebnisse anhand des Kategorienschemas diskutiert.

6.1 Akademisches Fachwissen

Am Beginn der Gespräche stand jeweils die persönliche Hinführung zu mehrsprachigen Informationsnachrichten im Allgemeinen und zur interlingualen Untertitelung im Spezifischen. In diesem vorwiegend der Biographie der Gesprächspartner*innen gewidmeten Abschnitt zeigte sich, dass vor allem diejenigen Interviewten, die unabhängig vom Medienunternehmen zum Zeitpunkt des Gesprächs Führungspositionen bekleideten, kein akademisch erworbenes theoretisches Fachwissen über die Audiovisuelle Translation im Allgemeinen und die interlinguale Untertitelung im Speziellen vorweisen konnten. Dem gefragten Fachbereich am nächsten kamen jene Befragten, die Publizistik und Kommunikationswissenschaften studiert haben. Am abweichendsten ist eine akademische Ausbildung im Sport- und Eventmanagement beziehungsweise Marketing (T1 & T2: 2-3). Theoretisches Fachwissen in der Translation liegt dagegen insbesondere bei denjenigen vor, die in den Redaktionen untertiteln und einschlägige akademische Vorbildung vorweisen können, wie dies bei den drei Befragten der Fall ist, auf die ausschließlich die Position „Untertitler*in“ zutrifft.

Mein beruflicher Werdegang begann mit einem Bachelor in Transkultureller Kommunikation, bei dem ich mich viel mit Mehrsprachigkeit, Kultur und Medien beschäftigt habe. Anschließend habe ich einen Master in Translation absolviert, mit den Arbeitssprachen Deutsch, Englisch und Rumänisch. (T8: 2)

Die Antworten zeigen jedoch auch, dass die akademische Ausbildung als Translator*in noch nicht automatisch Expertise in der audiovisuellen Translation mit sich bringt und die Translator*innen dadurch sehr fordert.

Und ich war eigentlich nicht vom Fach. Ich wusste nicht, wie das sich gehört. (T6: 8)

Ich bin vom Grundlehrgang und vom Master direkt gekommen. Ich hatte nicht so viel Erfahrung. Ich glaube, Erfahrung macht da wirklich sehr viel aus. Ich habe daher recherchiert, über Untertitelung, auch für meine Masterarbeit. Hätte ich das vorher gewusst, auch beim Untertiteln von OKTO, das hätte mir wirklich geholfen. (T7: 71)

6.2 Berufliche Qualifikation

Alle Gesprächspartner*innen haben mindestens einmal an einer mehrsprachigen Medienproduktion in einem der beiden Medienhäuser mitgewirkt. Die Entscheidung darüber, was sie zur Untertitelung und dabei speziell zur interlingualen Arbeit berechtigt, ist teils auf Basis ihrer personellen Verfügbarkeiten, teils aufgrund ihrer akademischen Qualifikationen und teils aufgrund ihrer bisherigen beruflichen Erfahrung gefallen.

Auffällig ist, dass bei OKTO TV-Projekten überwiegend Personen zum Einsatz kommen, die eine akademische Ausbildung in der Translationswissenschaft absolvieren beziehungsweise absolviert haben. Sie haben sich für interlinguale Untertitelung bei OKTO-TV beworben, um Praxiserfahrung – teilweise im Rahmen des im Studium vorgesehenen Berufspraktikums – in ihrem Fach sammeln zu können. Ihre Expertise war trotz der bis dahin fehlenden Praxiserfahrung vor allem aufgrund ihrer Sprachkombinationen gefragt.

Da war diese Stellenausschreibung über Edukundo. [...] ich brauchte wirklich das Praktikum unbedingt. Dann habe ich mich beworben. Und dann hat es geheißen: „Ja, okay, es geht.“ (T7: 8)

Meine Erfahrungen im Bereich der mehrsprachigen Untertitelung habe ich vor allem durch Praktika sowie durch die Mitarbeit an verschiedenen Projekten [...] gesammelt. Sowohl im Rahmen meines Studiums als auch darüber hinaus. Ein Teil dieser Tätigkeiten erfolgte auch unbezahlt, etwa im Zuge von universitären Projekten oder zur eigenen fachlichen Weiterentwicklung. (T8: 4)

Ich bin in Russland aufgewachsen und dann habe ich Deutsch gelernt, weil ich meinen Mann kennengelernt habe. [...]. Dann habe ich mit Translationsstudium begonnen, [...]. Und dann habe ich unter anderem über die Universität, durch das Studium, immer wieder Projekte bekommen. (T6: 2)

Beim ORF wiederum ist vor allem die langjährige Redaktionsarbeit ein Faktor für den Einsatz der jeweiligen Gesprächspartner*innen in der mehrsprachigen Beitragsgestaltung im Allgemeinen und der interlingualen Untertitelung im Besonderen. Vor allem in der Arbeit mit Volksgruppensprachen spielt dabei eine Rolle, welcher Volksgruppen-Sprache eingesetzte Redakteur*innen mächtig sind. Die ORF-Redakteur*innen kamen demnach nach und nach durch ihren redaktionellen Werdegang mit der interlingualen Untertitelung in Berührung, wobei sie nur bei einer interviewten Person zu einem Fixbestandteil der täglichen Redaktionsarbeit wurde.

Ich habe in der deutschsprachigen Redaktion gearbeitet [...]. Und bin dann relativ schnell, 2000, in die ungarische Redaktion gekommen, [...]. Mit der Untertitelung hatte ich während meiner Arbeit für die ungarische Sendung „Adj' Isten magyarok" zu tun. [...]. Also insofern ist die Untertitelung seit sicher 20 Jahren Teil meines Arbeitslebens. (T3: 4)

6.3 Zuständigkeitsbereich

Hierbei unterscheiden sich die Antworten der Befragten vor allem durch das Unternehmen, für das sie stehen. Drei Interviewpartner*innen, die beim öffentlichen Rundfunk tätig sind beziehungsweise waren, sind beziehungsweise waren in einem Bereich zuständig, der mit der interlingualen Untertitelung im Spezifischen nichts beziehungsweise nur sehr wenig zu tun hat.

Was es schon gibt, ist, dass es fremdsprachige Sendungen gibt, also gerade so Volksgruppensendungen, wo wir aber trotzdem deutsche Untertitel machen. [...] die [Volksgruppenredakteur*innen] machen die Übersetzung. Das heißt, wir [die Untertitel-Redaktion] übersetzen so eigentlich nicht. (T4: 18-22)

Jedes Mal, wenn ich dort moderiert habe – und das mache ich mittlerweile seit 20 Jahren – war auch teilweise gewünscht, dass ich die Untertitel anschau und überprüfe, verbessere. (T3: 4)

Bei den OKTO-Projekten stellt es sich vice versa dar: Nur eine der interviewten Personen ist in der klassischen Redaktionsarbeit tätig und befasst sich neben der Programmkoordination und anderen Aufgabenfeldern auch mit der interlingualen Untertitelung. Die Mitarbeiter*innen für die Untertitelung hingegen waren beziehungsweise sind im Grunde nicht in die Redaktionsarbeit eingebunden:

Ich war mein eigener Chef [...]. (T7: 71)

6.4 Arbeitsumfeld

Alle Interviewten des ORF betonten den Faktor Teamarbeit, der sich durch den gesamten Produktionsablauf eines mehrsprachigen Projektes ziehe. Das Arbeitsumfeld in den Redaktionen ist demnach davon geprägt, dass viele Personen überwiegend vor Ort an einem Beitrag arbeiten, bevor er gesendet wird.

[F]ür jede Sendung ist das ein eigenes Team. (T3: 8)

Es ist zumindest jemand da, der auch noch im Hintergrund mitarbeitet, der in die Sendung läuft. Das ist absolute Teamarbeit und das ist eins der schönen Sachen. (T4: 14)

Das ganze Projekt ist natürlich auch in Abstimmung mit dem gesamten Haus [...]. (T1 & T2: 33)

Personen, die einen Beitrag gestalten, sind nicht zwangsläufig dieselben, die denselben Beitrag übersetzen beziehungsweise interlingual untertiteln. Bevor ein Beitrag gesendet wird, erfolgt eine Abnahme von einer verantwortlichen Person, die nicht alle Sprachen des Beitrags beherrschen muss. Ein wichtiger Aspekt sei daher das Rückfragen bei den jeweiligen Beitragsgestalter*innen.

Das gibt es natürlich wirklich öfter, gerade auch was Details oder so betrifft. Und das ist für uns das Interessante, weil wenn man sich mit Übersetzungsthemen nicht auseinandersetzt, dann hätte ich den Eindruck nicht gehabt, dass dieses Rückfragen notwendig sein könnte. (T1 & T2: 23)

Also die Redakteurin, die das Interview gemacht hat, die den Fernsehbeitrag aufgenommen hat, das Rohmaterial erstellt hat. Da reden wir miteinander: „Du, was glaubst du? Wie hat der denn das gemeint? Du warst ja dabei. Habt ihr dann nachher noch miteinander geredet oder vorher? Weil wenn ich das jetzt so übersetze, könnte man das in die falsche Kehle bekommen.“ (T3: 20)

Bei OKTO TV wiederum wird der Faktor Team-Arbeit weniger in den Vordergrund gestellt. Zwar erwähnen die Interviewten einen regelmäßigen Austausch mit Projektverantwortlichen, verweisen aber darauf, dass sie überwiegend alleine und remote an den Untertitelungen gearbeitet haben.

Ich erstellte die Untertitel selbstständig und eigenverantwortlich. Anschließend wurden sie im Rahmen des Vier-Augen-Prinzips korrigiert, sodass eine zusätzliche Qualitätskontrolle stattfand. (T8: 6)

6.5 Bewertung von AVT-Formaten

Interviewte, deren Erst- beziehungsweise Familiensprache in Untertitelungsländern vorherrscht, sind kulturell mit der interlingualen Untertitelung vertraut und sehen sie daher als Mittel der Wahl für mehrsprachige multimedia-Projekte.

[Z]ur mehrsprachigen Untertitelung bin ich eigentlich ganz natürlich gekommen. Ich bin in Rumänien aufgewachsen und habe schon früh viele englische, türkische und spanische Filme und Serien gesehen – fast immer mit rumänischen Untertiteln. Dadurch war Untertitelung für mich von Anfang an etwas Alltägliches [...]. (T8: 2)

Wenn ich jetzt nur meine Herkunft nehme und die Art, wie dort fremdsprachige Filme, also die waren auch nicht synchronisiert und für mich war es ganz normal Untertitel zu sehen und zu konsumieren. (T5: 12)

Interviewte, die erst im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit mit der interlingualen Untertitelung in Berührung gekommen sind, betrachten Untertitel eher als unterstützende Maßnahme für die Bemühungen um die Barrierefreiheit, schätzen sie überwiegend, aber geringer als beispielsweise Synchronisationsarbeit. Untertitel werden für sie hauptsächlich mit der intralingualen SDH-Untertitelung assoziiert (T4, T1 & T2). Interessant ist dabei auch die Einschätzung, dass (interlinguale) Untertitel inzwischen ohnehin mit Hilfe von AI-Tools automatisch erstellt werden können, und dass Synchronisation weniger technische Herausforderungen birgt, was darauf schließen lässt, dass Synchronisation auch höher gewertet wird als die interlinguale Untertitelung:

Und so sind wir eigentlich immer auf dem Audio-Format gesessen und wir haben gesagt, das mit der Untertitelung kann man in vielen Teilen sowieso schon automatisch haben. Und vor allem, wenn man sich jetzt zum Beispiel YouTube anschaut, bei den großen Influencern machen sie jetzt mittlerweile automatisch die Untertitelung. Ich glaube, das ist nicht das Ziel, was uns wirklich etwas bringt oder was den Personen dann wirklich einen Mehrwert wiederbringt. (T1 & T2: 37)

Was ja mit KI-Unterstützung schon passiert, sind die Untertitel ganz normal auf Deutsch, also für alle, die Gehörbeeinträchtigung haben, die es auf der ORF ON gibt. (T1 & T2: 38)

6.6 Zusammenarbeit Redaktion und Untertitelung

Die Interviews zeigen, wie unterschiedlich die Zusammenarbeit zwischen Nachrichtenredaktionen und Untertitel-Redaktionen innerhalb ein- und desselben Medienhauses aussehen können. Interessant dabei ist, dass die Vorgaben der Untertitel-Redaktion, die überwiegend intralingual arbeitet, auch für die interlinguale Untertitelung angewandt wird. Die Untertitel-Redaktion wird als verantwortlich für die Form jeglicher ausgespielter Untertitel betrachtet – die Berichterstattung in den sozialen Medien wird dabei aber als „außer Konkurrenz“ (T4: 50) wahrgenommen. Für die interlinguale Untertitelung notwendige Übersetzungs-Tätigkeiten jedoch werden in der Untertitel-Redaktion dezidiert nicht getätigt.

Bei OKTO TV dagegen trägt die allgemeine Redaktion Verantwortung für die ausgespielten Untertitel. Aus den Interviews geht hervor, dass es zu Beginn von Projekten Briefings für die Untertitler*innen gibt, sie ansonsten aber kaum bis gar nicht in die

Redaktionsarbeit eingebunden sind. Die Untertitler*innen berichten von viel Eigenverantwortung, „weil niemand die Zeit sich genommen hat, mir das zu erklären.“ (T6: 8)

6.7 Zielgruppen-Festlegung

Die Frage, wer darüber entscheidet für welche Zielgruppe die interlinguale Untertitelung eingesetzt wird, beantworteten die Befragten höchst unterschiedlich. Genannt wurden die Redaktionen, einzelne Verantwortungsträger*innen und auch „weil das ORF-Gesetz es vorschreibt“ (T3: 10). Beim ORF stellen die Verantwortungsträger*innen bei neuen Projekten individuelle Überlegungen zur Zusammensetzung der Zielgruppe an:

Für uns eben interessant, was da für Facetten sich aufgetan haben, nämlich abseits nur von der rein technischen Lösung. Welche Sprachen wählen wir aus? Welche Zielgruppen wollen wir denn wirklich adressieren? Wo ist das sinnvoll? Das fand ich eigentlich wirklich was Spannendes in dem ganzen Projekt. (T1 & T2: 40)

Bei OKTO TV wiederum gibt nach Angabe der Befragten oft das jeweilige Projekt Hinweise auf einen möglichen Skopos:

Kurze Info habe ich bekommen über diese Organisation und dass das auf der Homepage dann gepostet wird. (T6: 16)

Also die meisten Konzepte und dann eben Sendereihen entstehen in dieser Logik, dass es jemanden gibt, der mal die Idee hat, die uns dann auch durch ein Konzept naheliegt [...]. Und dann ist in diesem Konzept auch meistens die Frage: „Was ist dein Zielpublikum? Wen willst du erreichen? [...] Und wie kann man diese Gruppe erreichen?“ (T5: 24)

6.8 Zielgruppen-Wissen

Auffällig bei allen Antworten war, dass offenbar keine genaue Definition über eine konkrete Zielgruppe und deren Bedürfnisse vorliegt. Unabhängig der Arbeitgeber ist es bei den meisten Projekten auf das eigene Ermessen der Befragten zurückzuführen, welche Faktoren zur näheren Bestimmung einer Zielgruppe herangezogen werden. Am häufigsten wird „alle“ als intendierte Rezipient*innenschaft genannt.

Die Zielgruppe für die Untertitelung? Na ja, ich meine, es ist schwierig einzugrenzen, [...]. Das Problem ist, eigentlich ist es uns egal, weil wir müssen es zur Verfügung stellen. Also Barrierefreiheit ist halt etwas, was heutzutage auch mittlerweile selbstverständlich ist im Medienbereich. (T4: 24)

Das war wie ins Wasser werfen und jetzt musst du schwimmen. [...] Deswegen habe ich versucht, etwas zu machen, das verständlich für alle ist. (T7: 17).

Aus den Antworten geht hervor, dass die Befragten nicht denselben Wissenstand zu spezifischen Zielgruppen aufweisen.

Ich habe es so versucht, irgendwie universal zu übersetzen, dass für alle verständlich ist. (T6: 18)

Es geht zudem hervor, dass das Wissen über die Bedürfnisse spezifischer Zielgruppen, bei den Gestalter*innen von mehrsprachigen Beiträgen vor allem von ihrem bisherigen Vorwissen, ihren eigenen Erfahrungswelten und ihrer eigenen Biografie abhängt.

Die Zielgruppe ist einfach bunt gemischt. Ich komme aus Ägypten und die Flüchtlinge, die gekommen sind, die sind meistens aus Syrien, aus dem Irak und so. Hocharabisch kann jeder verstehen, aber viele sprechen auch Dialekte. Ich habe wirklich versucht, in der Mitte zu sein - Hocharabisch, verständlich für alle. (T7: 14)

Romani ist insofern schwierig, weil das ja auch erst seit kurzem eine schriftliche Sprache ist. Das war jahrzehntelang, jahrhundertlang, nur eine gesprochene Sprache. Und Gott sei Dank sind Teile unserer Redaktion, jene, die damals auch mitgearbeitet haben daran, wie diese Sprache verschriftlicht wurde. Also wir haben die Experten mitten in unserer Redaktion. Und diese Übersetzungen werden dann von ihnen übernommen. (T3: 22)

6.9 Zielgruppen-Orientiertheit

Alle interviewten Personen geben an, sich trotz fehlender Zielgruppen-Definition (6.7. und 6.8) der Besonderheit von Kulturspezifika und Idiomen in der Übertragung vom Ausgangs- in das Zielsprachige Textmaterial bewusst zu sein.

Ich habe natürlich dann Begrifflichkeiten extra definiert, wie Arbeiterkammer, Arbeitsmarktservice, Magistrat 35, das, was eher österreichisch-spezifisch ist, [...]. (T6: 18)

Meiner Ansicht nach muss man bei Kulturspezifika und Idiomen immer schauen, wie die Zielgruppe sie versteht. Je nach Publikum passe ich die Übersetzung dann an – manchmal eher sinngemäß oder kulturell passend, statt wörtlich. Bei internationalen Zuschauern erkläre oder vereinfache ich Idiome, damit alles klar ist, während ich bei einem Publikum, das die Ausgangskultur kennt, die Originalformulierung eher stehen lasse. (T8: 14)

Einige Expert*innen geben an, dieses Bewusstsein erst im Rahmen von mehrsprachigen Medienprojekten erlangt zu haben, und auch davon überrascht gewesen zu sein, welchen Beitrag Idiome und Kulturspezifika für das Verstehen von Texten leisten.

Ich habe Kontakt gehabt mit der Translationswissenschaft in Graz und die haben mich sehr sensibilisiert dafür [...]. (T1 & T2: 5)

Die Befragten betonen, dass ihre Arbeit dazu beitragen soll, multimediale Texte für die Rezipient*innen zugänglich zu machen. Dazu wählen die Befragten unterschiedliche Strategien. Sie achten darauf, nicht „zu blumig“ zu übersetzen (T3: 22) oder adäquate Beschreibungen für kulturspezifische Konzepte zu finden. Die Befragten orientieren sich demnach auch daran, ob das Zielpublikum mit der Ausgangskultur vertraut ist beziehungsweise in welchem Kontext der zielsprachliche Text rezipiert werden soll.

6.10 Interaktion mit der Zielgruppe

Bis auf eine befragte Person, interagiert keine*r der Befragten direkt mit den Rezipient*innen der eigenen interlingualen Produktionen. Jene Expert*innen, die in Führungspositionen tätig sind, haben eher Zugang zu den Interessensvertretungen spezifischer Gruppen – beispielsweise der Volksgruppen (ORF) oder der ehemals jugoslawischen Community in Wien (OKTO) – und daher auch einen gewissen Austausch. Einen intensiven Austausch mit Vertretern der intendierten Zielgruppe gibt es im Bereich der SDH-Untertitelung (ORF). Alle Befragten geben jedoch an, dass ein intensiverer Austausch mit der Zielgruppe beziehungsweise direkte Rückmeldung derselben die Arbeit an den interlingualen Projekten erleichtern würde und daher wünschenswert ist. Aus diesem Grund wählt eine befragte Person beispielsweise die Strategie, ihr persönliches Umfeld zu nutzen, um eine Testgruppe für ihre Arbeit zu haben. Da es sich dabei aber nicht um die eigentliche Zielgruppe handelt, fehlt in der Rückmeldung dennoch eine kritische Distanz, wie die Expert*in zu Bedenken gibt.

Ich habe die Videos meiner Familie geschickt, weil sie kein Deutsch können, wenn das gilt. Nur weil ich ihnen mitteilen wollte: „Schauts, ich mache mal bei so einem Projekt mit und das ist voll cool“, und dann haben sie mir applaudiert und das war's. (T6: 22)

Ein weiterer Aspekt, den einige Befragten ins Treffen führen, ist die eigene Biografie, die die Betreffenden in gewisser Weise zum Teil der intendierten Zielgruppe macht.

Der Inhalt von den 25 Videos war für mich auch etwas Interessantes. Ich habe vieles gelernt, was ich vorher nicht gewusst habe über die Schulsysteme. Das war auch informativ für mich selber, obwohl ich schon lange da bin. (T7: 45)

6.11 Übersetzungsentscheidungen

Befragte, die selbst übersetzen, übersetzen überwiegend vom Deutschen in eine andere Sprache. Dies ist vor allem bei OKTO TV der Fall. Im ORF erfolgen Übersetzungen von Informationsbeiträgen zumeist von einer anderen Sprache ins Deutsche. Aus den Antworten der Befragten geht hervor: Die Entscheidungen für einen Untertitel erfolgen auf Basis nicht vorab festgelegter Faktoren. Alle Befragten führen das Kriterium „Verständlichkeit“ ins Treffen, auf das in 6.13. noch genauer eingegangen wird. Die Einschätzungen der Expert*innen unterscheiden sich hierbei aufgrund ihres biografisch-sprachlichen Hintergrunds. Diejenigen, die sich in gewisser Weise auch selbst als Teil einer möglichen Zielgruppe betrachten, gehen in ihren Antworten auf die Verbindungen zwischen Ausgangs- und Zielsprache ein. So wird beispielsweise auf „Schlüsselwörter“ (T3: 30) geachtet. Gemeint sind damit Begriffe, die in der Ausgangs- und in der Zielsprache ähnlich lauten und daher auch für Menschen, die keine Kenntnis der Ausgangssprache haben zuordenbar sind. Darunter fallen auch Namen. Andere Entscheidungen beziehen sich auf das Einkürzen von langen Sätzen oder Schachtelsätzen sowie das Verdichten von Informationen, um lange Untertitel-Zeilen zu vermeiden.

Ich passe meine sprachliche Gestaltung gezielt an, zum Beispiel indem ich Satzstrukturen vereinfache, eine klarere oder alltagssprachlichere Wortwahl wähle oder Inhalte stärker kürze, wenn sich die Untertitel an ein jüngeres oder sprachlich weniger erfahrenes Publikum richten. Bei einer sprachlich geübteren Zielgruppe können die Formulierungen auch etwas komplexer sein, solange sie gut lesbar bleiben. (T8: 10)

6.12 DaF/DaZ-Lernende

Unabhängig der Sprachrichtung spielen die Bedürfnisse von Menschen, die Deutsch als Fremdbeziehungsweise als Zweitsprache erlernen, für die meisten Befragten eine untergeordnete Rolle. Auf Nachfrage führen sie jedoch aus, dass ihre interlingualen Projekte sehr wohl eine Hilfe für DaF/DaZ-Lernende darstellen können. Dies wird aber durch den Verweis relativiert, dass kein Fokus auf diese spezifische Zielgruppe gelegt wird.

Und wir wissen aber sehr wohl, dass Untertitel auch verwendet werden für Menschen, die Deutsch lernen möchten oder gerade jetzt auch mit dem Konsum jetzt unterwegs am Handy oder in der U-Bahn, dass da einfach eingeblendete Untertitel hilfreich sein können, wenn ich jetzt nicht gerade Kopfhörer aufhabe oder laut jetzt den Ton haben möchte. Und dann ist das auch etwas, was wir praktisch mitbringen, aber wo jetzt nicht gesagt ist, okay, das ist die Zielgruppe in dem Sinn. (T4:24)

Auch dort, wo, wie im ORF, allgemein Barrierefreiheit ausgebaut werden soll, werden DaF/DaZ-Lernende nicht dezidiert genannt. Die Interviewten nennen in Zusammenhang mit dem Begriff der Barrierefreiheit vor allem SDH-Untertitel, während die mehrsprachige Arbeit kaum damit in Verbindung gesetzt wird – selbst dann nicht, wenn ein Projekt dezidiert dazu dienen soll, Menschen mit einer anderen Erstsprache als Deutsch österreich-spezifische Konzepte begreiflich zu machen.

Und da sind wir zuerst von einem ganz großen Feld ausgegangen und haben gesagt: ‚Wir haben ganz viele Mitbürgerinnen und Mitbürger, die eigentlich ursprünglich türkischsprachig aufgewachsen sind oder zumindest in einem familiären Umfeld türkisch sprechen.‘ Wir haben dann über, zum Beispiel, auch Serbisch gesprochen und so. Und dann war aber der Hinweis von vielen, die sich da wirklich auskennen in dem Feld, eigentlich schwierig, weil das sind Gruppen, die ja eigentlich schon mit dem Deutschen, wenn es möglich ist, in Kontakt kommen sollen [...]. (T1 & T2: 5)

6.13 Verständlichkeit

Das Kriterium „Verständlichkeit“ definieren die Expert*innen nach eigenem Ermessen, da nach ihren Angaben weder bei OKTO TV noch beim ORF eine klar vorgegebene Definition dafür vorliegt. Den Befragten sind klar strukturierte Sätze wichtig, die kurz und prägnant sind und sie legen Wert auf grammatikalische Richtigkeit. Dazu gehört auch, Schachtelsätze zu entwirren und Inhalte zu verdichten, „sodass man das A lesen kann und B einigermaßen mitkriegt, um was es geht.“ (T4: 36)

6.14 Teilhabe

In beiden Medienhäusern sollen interlinguale Projekte im Allgemeinen und die Untertitelung im Speziellen dazu beitragen, dass Rezipient*innen durch die ihnen vermittelte Information dazu ermächtigt werden am gesellschaftlichen Diskurs teilzuhaben, sich selbst einzubringen und handeln zu können.

Um diesen Menschengruppen zumindest einen Anschluss zu ermöglichen, zu sagen: „Okay, so Basics, was ist da los den ganzen Tag? Was sind gerade die großen Themen?“ Dazu haben wir uns dann auf dieses Kurzformat geeinigt [...]. (T1 & T2: 5)

Ich würde nicht sagen, dass jede Sendung, die auf OKTO gespielt wird, unbedingt untitled gehört, aber viele, die dann Infos, Service und auch Einblicke in die Kulturen und in interessante Bräuche, Traditionen geben, schaffen ein Verständnis für das Miteinander. (T5: 40)

Teilhabe kann sich dabei auch auf subkulturelle Dimensionen beziehen, wie etwa in Familien mit Volksgruppensprachen:

Ich denke jetzt eher an Personen, wo vielleicht die Eltern oder die Großeltern vielleicht die Volksgruppensprache gesprochen haben und das Enkelkind, das jetzt vielleicht auch schon erwachsen ist, nicht mehr so viel die Sprache spricht, sondern nur mehr ganz, ganz sporadisch oder ganz, ganz wenig, und möchte aber vielleicht wieder einsteigen. Für sie bietet das natürlich auch eine Hilfe. (T3: 14)

Während bei OKTO TV das Streben nach Teilhabe im Leitbild festgeschrieben ist, berufen sich die Exper*tinnen des ORF auf das ORF-G.

6.15 Institutionelle Vorgaben und Leitlinien

Die Befragten, die Führungskräfte beziehungsweise Entscheidungsträger*innen sind, führen interne Vorgaben und Leitlinien für die (interlinguale) Untertitelung in den Medienhäusern ins Treffen. Beim ORF gelten demnach in allen Redaktionen bundesweit dieselben Richtlinien für die Untertitelung. Die Kriterien, die in den internen Leitlinien für intralinguale Untertitel festgeschrieben sind, wenden die Befragten auch auf interlinguale Untertitel an.

Es gibt interne Leitlinien, ja. So wie für die Untertitelungsredaktion, die es gibt, die gilt natürlich auch für uns. (T3: 32)

Bei der Erarbeitung neuer mehrsprachiger Projekte oder national ausgestrahlter mehrsprachiger Sendungen geschieht ein fachlicher Austausch mit der ORF-internen Untertitelungsredaktion, welche grundsätzlich für intralinguale SDH-Untertitel zuständig ist.

Bei OKTO TV liegt ein Leitbild vor, das sich auf den Sender im Allgemeinen bezieht. Während auf Ebene der Verantwortungsträger*innen auch von eigenen Richtlinien für die Untertitelungsarbeit gesprochen wird – „Auch da muss man es verstehen, dass es dann aufgrund von Ressourcen oder bedingten Ressourcen auch mal besser geht, mal schlechter“ (T5: 42) - führen die Untertitler*innen unterschiedliche Wahrnehmungen zu dem Thema aus. Leitlinie sei, was ein*e Projektkoordinator*in vorgibt, wobei dabei mangels festgeschriebener Regeln für die Untertitler*innen viele Fragen offen bleiben, die sie letztlich versuchen durch ihre eigene Expertise zu kompensieren.

Es waren für mich als arabischer Übersetzer keine klaren Leitlinien. Ich habe es, wie gesagt, verantwortungsbewusst gemacht und mich bemüht, etwas wirklich Verständliches zu machen. Das waren meine eigenen Leitlinien, sozusagen. (T7: 53)

Weil ich dann das hingeschickt habe und sie haben dann gesagt: „Das passt nicht. Es gibt eigentlich gewisse Regeln.“ Dann habe ich alles recherchiert und alles neu gemacht, mehr oder weniger. Was ich mir hätte erspart, hätten sie mir sofort erklärt, wie sie das haben wollen. (T6: 14)

6.16 Ökonomie

Bis auf eine Person, führen die Interviewten aus, dass sie in ihrer Arbeit von wirtschaftlichen Faktoren beeinflusst werden, beziehungsweise, dass die Untertitelung wirtschaftlichen Parametern unterzuordnen ist. Für diejenigen, die ausschließlich untertiteln geht es dabei vorrangig um Fragen des Honorars und das Abwägen, ob der Arbeitsaufwand der Entlohnung gerecht wird.

Und dann habe ich ihnen auch gesagt: „Leute, das war eigentlich viel mehr Arbeit als es von Anfang an gesagt worden ist, in der Beschreibung.“ Aber sie wollten trotzdem nicht mehr zahlen. (T6: 48)

Unter Zeit- oder Budgetdruck muss man manchmal Abstriche machen, zum Beispiel bei Korrekturen oder bei der Detailgenauigkeit. (T8: 22)

Sie geben an, dadurch direkt den ökonomischen Druck, den die Auftraggeber*innen unterliegen zu spüren.

Ich habe auch den Eindruck gehabt, dass die Programmkoordination auch die Projektleitung ein bisschen unter Druck gesetzt hat. Das habe ich wirklich gemerkt. (T7: 57)

Die Entscheidungsträger*innen beim ORF wie auch bei OKTO TV gehen auf prekäre Personalsituationen ein, die sie auf mangelnde finanzielle Möglichkeiten zurückführen. Das im ORF-G vorgegebene Ziel, dass das ORF-Programm bis 2030 zu 100 Prozent untertitelt sein soll, „würde [...] bedeuten, dass wir praktisch doppelt so viel Leute brauchen. Und das ist unrealistisch [...]“ (T4: 42). Wirtschaftliche Überlegungen führen demnach auch zur Auslagerung der Untertitelungsarbeit an externe Dienstleistungsunternehmen oder dazu, sich bewusst gegen interlinguale Untertitel zu entscheiden. Bei OKTO-TV tragen immer wieder Kooperationen mit externen Partnerorganisationen zur Finanzierung des Senders bei. Gleichzeitig seien auch Kooperationspartner*innen stets „auf der Suche nach Möglichkeiten, die natürlich auch wenig kosten sollen oder kaum Kosten verursachen, was natürlich auch schwierig ist“ (T5: 44). Der Sender versucht, einerseits Expert*innen mit den Untertitelungen zu betrauen und andererseits kosteneffizient zu bleiben. „Das ist uns gelungen, [durch] die Kooperation mit dem Institut für Translationswissenschaften. Da sind wir auch stolz.“ (T5: 44).

Untertitler*innen, die als Studierende des ZTW mit OKTO TV in Kontakt kommen, erhalten für ihre Tätigkeit Arbeitszeugnisse beziehungsweise Praktikumsbestätigungen und inzwischen auch projektabhängige Aufwandsentschädigungen, meint T5 (48): „Wir haben uns da auch entwickelt.“

6.17 Technische Vorgaben

Diese Kategorie ist eng an 6.16 geknüpft. Die wirtschaftlichen Gesichtspunkte am Weg zu einer interlingualen Untertitelung wirken sich nach Angaben der Befragten darauf aus, mit welchen Geräten gearbeitet wird. Dazu kommt, dass die Tätigkeiten in der audiovisuellen Translation einem rasanten Wandel unterliegen, sodass es ständig zu veränderten Vorgaben kommen kann. Die Befragten verweisen in diesem Zusammenhang unter anderem auf die Zeit mit aufrechten Corona-Maßnahmen. Bei OKTO TV beispielsweise wurden Projekte daher so weit wie möglich remote erledigt. Zur Fertigstellung gab es im Büro einen Platz, wo mit Apple-Geräten gearbeitet wird. Für das Home-Office mit Microsoft-Geräten wurde eine Software empfohlen. Bei Sprachen mit anderen Schriftsystemen als dem Deutschen, etwa Arabisch, bedarf es laut der Interviewten langwieriger Prozesse bei der Übertragung (T7: 67).

Beim ORF sprechen die Befragten über technische Vorgaben in Zusammenhang mit der Erarbeitung neuer Projekte. Nach Angaben der Expert*innen gibt es dazu in der betreffenden Redaktion eigens dafür zuständige Mitarbeiter*innen mit gewissen Freiräumen:

Da habe ich querbeet unglaublich viele verschiedene Systeme auch ausprobiert. Also wirklich alles, was wir eigentlich so gefunden haben dazu und dazu haben wir auch viel auf der technischen Seite recherchiert. (T1 & T2: 41)

Zudem erfolgt in vielen Fällen ein direkter Austausch mit den für die Untertitel-Technik zuständigen Personen in der Untertitel-Redaktion.

Also die „Wir“-Sendung zum Beispiel, da machen wir nur die Vorarbeit, also nur die Information und den deutschen Text. Und all dieses technische Zeug übernimmt dann die Untertitelungsredaktion. (T3: 52)

In beiden Medienhäusern geben die Befragten ihre mehrsprachigen Arbeiten an eine zuständige Person weiter, die die fertigen Untertitel dann ins TV-Programm einspielt.

6.18 Technische Tools und KI

Diese Kategorie ist eng an 6.16. und 6.17. geknüpft. Der Mangel an Personal und fehlende finanzielle Mittel sorgen nach Angaben der Befragten dafür, dass Untertitel zunehmend

automatisiert und mit Hilfe von KI-Tools generiert werden, „was aber ausdrücklich jetzt nicht gedacht ist, um vorhandenes Programm billiger oder schlechter zu untertiteln, sondern den Ausbau irgendwie schaffen zu können“ (T4: 42).

Die zu verwendende Software bewerten die Zuständigen demnach ständig neu, denn: „Die technischen Tools waren immer eine Unterstützung, aber es können auch Probleme entstehen“ (T5: 50). Bei OKTO TV wurde immer wieder mit verschiedenen Tools gearbeitet und später die Apple-basierte Untertitelungs-Software „Annotation Edit“ gekauft, die einige Jahre im Einsatz war. Inzwischen arbeite man auch nicht mehr damit, da die automatische Transkription und automatische Spracherkennung bei Videoschnitt-Programmen herangezogen werde (T5: 52). Im ORF wird mit einer hausinternen AI-Software experimentiert, wobei es eine klare „human in the loop“-Richtlinie gibt, die den Einsatz von KI insofern reglementiert, dass jeder Einsatz künstlicher Intelligenz wie generell auch alle redaktionellen Beiträge von einer dazu befähigten Person „abgenommen“ (T3: 8) werden muss, bevor das Produkt ausgestrahlt wird. Die Befragten führen aus, dass die tägliche Arbeit inzwischen nicht mehr ohne KI erfolgt. Genannt werden KI-Einsätze beginnend bei Transkriptionen im laufenden Redaktionsalltag bis hin zur automatisierten Untertitelausgabe, wobei betont wird, dass KI nicht allen erforderlichen Sprachen mächtig sei.: „Die KI kann nicht Burgenlandkroatisch, die KI kann nicht Romani. Das können nur wir und beziehungsweise die Menschen, die das sprechen“ (T3: 44). Dazu kommt, dass im Sinne der Glaubwürdigkeit der Sender potenzielle mögliche KI-Einsätze sogar abgelehnt werden und bewusst wieder auf menschliche Expertise zurückgegriffen wird, „weil es auch zeigt, wie viel besser menschengemachte Untertitel sind“ (T4: 48) Dies resultiert auch bei neuen Projekten in der Tatsache: „[W]ie wir es machen, ist eigentlich relativ banal und es ist eigentlich so wenig KI drin, wie es keiner von uns gedacht hätte“ (T1 & T2: 41).

7 Schlussfolgerung und Ausblick

Ziel dieser Arbeit war es Antworten auf die Frage zu finden, welchen Herausforderungen Informationsmedien bei der interlingualen Untertitelung begegnen und welche Rolle dabei die von außen auferlegten Rahmenbedingungen spielen. Dazu wurde auf Basis des Verständnisses der funktionalen Translationstheorie nach Reiß/Vermeer sowie der Theorie des translatorischen Handelns, die von Holz-Mänttäri begründet und später von Nord und Prunc weiterentwickelt wurde, gearbeitet. Um den theoretischen Rahmen abzurunden, erfolgte eine nähere Betrachtung der interlingualen Untertitelung als Teilbereich der Audiovisuellen Translation sowie eine Fokussierung auf Barrierefreie Kommunikation. Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurden acht qualitative Expert*innen-Interviews geführt und die Ergebnisse anschließend anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring diskutiert. Aus den Antworten der acht Interview-Partner*innen, von denen jeweils vier dem Öffentlichen Rundfunk beziehungsweise dem nicht kommerziellen Rundfunk zugeordnet werden können, lassen sich demnach mehrere Schlussfolgerungen ableiten, die nachfolgend ausgeführt werden.

Die Interviews zeigen, dass die herangezogenen Informationsmedien Untertitelungen überwiegend mit dem Ziel einsetzen, ihre Rezipient*innen dabei zu unterstützen, am gesellschaftlichen Diskurs teilzuhaben. Dies geschieht im Wesentlichen unter dem Gesichtspunkt der Barrierefreiheit und umfasst die intralinguale Untertitelung ebenso wie die interlinguale, wobei es abhängig vom Medienhaus zu unterschiedlichen Gewichtungen der beiden Bereiche kommt. Im Öffentlich Rechtlichen Rundfunk wird der Begriff der Barrierefreiheit vorwiegend mit den Bedürfnissen von Menschen mit Behinderungen assoziiert, weshalb der Fokus der Untertitelungs-Arbeit auf SDH-Untertiteln liegt. Bei mehrsprachigen Medienprojekten zum Zwecke der Bürger*inneninformation erfolgt hingegen ein Abwägen zwischen Untertitelung und Synchronisation, wobei die interlinguale Untertitelung fallweise der Synchronisation untergeordnet wird und eher weniger im Rahmen der Berichterstattung zum Einsatz kommt. Beim Community TV stellt sich die Situation insofern anders dar, als dass die interlinguale Untertitelung auf selber Ebene wie die intralinguale Untertitelung behandelt wird, wobei SDH-Untertitel vor allem in Sendungen zum Einsatz kommen, die von beziehungsweise für Menschen mit Behinderungen gestaltet werden. Ein wesentlicher Faktor in der Entscheidung für oder gegen interlinguale Untertitel ist die Frage der finanziellen Mittel. Beide der genannten Medienhäuser unterliegen – wenn auch unterschiedlich ausgeprägt – einem ökonomischen Druck, der zu Personalnot führt und letztlich dafür sorgt, dass

interlinguale Untertitelungen entweder gar nicht erfolgen oder verstärkt mittels automatischer Spracherkennungstools und Künstlicher Intelligenz verarbeitet werden. Zwar wird eine abschließende Überprüfung durch eine*n Redakteur*in vor der Ausstrahlung vorausgesetzt, dennoch werden KI-Tools als kostenoptimierende Faktoren betrachtet. Das akademische Vorwissen wird nachrangig behandelt.

Dies verstärkt eine Entwicklung, die ihren Ausgang schon vor dem Einsatz neuer technischer Tools erkennen ließ: Interlinguale Untertitel werden in der Regel als eine Art Nebenprodukt betrachtet, und richten sich an eine nicht näher definierte Zielgruppe. Dies lässt sich unter anderem daran erkennen, dass die mehrsprachigen Untertitel in den meisten Fällen erst nach Fertigstellung eines Nachrichtenbeitrages beziehungsweise einer Informationssendung erstellt werden und nicht bereits von Anfang an mitgedacht werden. Eine Ausnahme bildet die Volksgruppenredaktion, bei der Sendungen, parallel in mehreren Sprachen produziert werden. Viel Zeit und Energie investieren die Medienhäuser insgesamt vor allem in die technische Abwicklung der Untertitelung. Die Auseinandersetzung mit der Zielgruppe für mehrsprachige Projekte nimmt hingegen weniger Raum ein. Im öffentlichen Rundfunk wird auf Zielgruppen vor allem dann ein großes Augenmerk gelegt, wenn es darum geht, etwas bisher noch nicht Dagewesenes zu gestalten. Dabei wird die interlinguale Untertitelung jedoch nachrangig behandelt, während der Synchronisation mehr Bedeutung eingeräumt wird. Zudem hält sich die Meinung, dass interlinguale Untertitel einigermaßen leicht mittels KI erstellbar seien. Bei beiden für die Untersuchung herangezogenen TV-Sendern gibt es de facto keine direkte Interaktion der Untertitler*innen mit den Rezipient*innen interlingualer Untertitel, sodass die Expert*innen auch keine detaillierten Kenntnisse über die Bedürfnisse der Zielgruppe haben. Zwar nennen Projektkoordinator*innen eine intendierte Rezipient*innenschaft, das Wissen über die Betroffenen entstammt aber in vielen Fällen nicht aus dem direkten Austausch mit den Betroffenen. Gleichzeitig zeigen die Antworten der Expert*innen auch, dass das Bewusstsein um die Komplexität von Übersetzungsentscheidungen oft erst durch die eigene Arbeit an mehrsprachigen Projekten entsteht. Sie beziehen sich dabei auf Kulturspezifika und Idiome, deren Übersetzung nicht leicht ist und vor allem durch eine profunde Kenntnis der Zielgruppe und ihrer Bedürfnisse leichter zu bewältigen wäre. Die Gestalter*innen von Untertiteln ebenso wie Sendungsverantwortliche bei beiden Medienhäusern hätten insgesamt gerne mehr Austausch mit ihrer mehrsprachigen Zielgruppe und betrachten direkte Rückmeldung als einen Beitrag, der zur Verbesserung ihrer Arbeit beitragen könnte. Bekannt ist eine solche Vorgehensweise beispielsweise aus der SDH-Untertitelung, wo der Austausch mit Vertreter*innen der

Gehörlosencommunity in jüngerer Vergangenheit Usus wurde. Dies erfordert jedoch weitere Ressourcen, die in der momentanen Situation der Medienbranche kaum aufbringbar scheinen. Migration ist zudem eine Realität, die zwar innerhalb der Barrierefreien Kommunikation nach und nach Berücksichtigung erlangt, bisher aber dennoch nachrangig behandelt wird.

Die Analyse bestätigt die eingangs aufgestellten Hypothesen, nach denen Herausforderungen in der interlingualen Untertitelung bei Informationsmedien vor allem darauf zurückzuführen sind, dass unabhängig der Reichweite und Größe eines Medienhauses die zielgruppenspezifischen Bedürfnisse kaum oder gar nicht erfasst werden (können), und dass die Ressourcen fehlen, die es erlauben würden, professionalisierte Untertitler*innen von Anfang an in Projekte einzubinden. Nicht bestätigt werden konnte, dass Redaktionen einen Mehraufwand vorbeugen, wenn sie akademisch ausgebildete Translator*innen für die Untertitelung einsetzen. Die Analyse hat jedoch Hinweise darauf geliefert, dass dies mit dem überwiegend laienhaften Verständnis von Untertitelung in den Redaktionen in Verbindung steht, und dass ausgebildete Translator*innen eher den Bedarf nach spezifischer Expertise in der audiovisuellen Translation erkennen sowie das dazu notwendige Wissen rascher erwerben können. Zur Professionalisierung der Untertitelungstätigkeit in Medienhäusern müsste somit noch weiterführend geforscht werden. Dies erfordert nicht zuletzt auch der steigende Bedarf an audiovisueller Translation bei non-fiktionalen Produktionen, der mit dem Bestreben nach mehr Barrierefreiheit einhergeht. Der Weg zum vollständigen Barrierenabbau ist aber noch voller Hürden. Eine davon ist der wachsende Bedarf an Mehrsprachigkeit, der nach einem gesteigerten interlingualen Untertitelungsangebot als Service in der Bürger*inneninformation verlangt.

Nachdem nun festgestellt wurde, dass in Medienhäusern kaum Raum für Zielgruppenarbeit bleibt, empfiehlt sich für die weitere Forschung außerdem, verstärkt Fragestellungen zu fokussieren, die sich auf die Interaktion mit den intendierten Rezipient*innen konzentrieren. Dabei könnte untersucht werden, welche Bedürfnisse die Zielgruppe selbst äußert, wie non-fiktionale Untertitel – insbesondere bei Nachrichtenmeldungen – rezipiert werden, und inwiefern interlinguale Untertitel, die mithilfe von künstlicher Intelligenz-Anwendungen erstellt wurden, das Rezeptionserlebnis verändern. Diese und weitere Fragen scheinen allerdings nicht nur für die Übersetzungswissenschaft von Interesse. Interdisziplinär mangelt es bislang an wissenschaftlichen Auseinandersetzungen, weshalb auch eine weiterführende Forschung zur Rezeption von Untertiteln an der Schnittstelle zwischen audiovisueller Translation und Medienwissenschaft beziehungsweise Publizistik wünschenswert wäre.

Bibliografie

- Agnetta, Marco & Künzli, Alexander (2024). Der (sub-)disziplinäre Status der AVT. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 23–34.
- Alexander, Kerstin (2020). Barrierefreies Grafikdesign. In: Maaß, Christiane (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 95–122. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- APA News & Horizont Redaktion (2025). *Nach Beinahe-Pleite: Community-Sender OKTO feiert sein 20. Gründungsjubiläum*. <https://www.horizont.at/medien/news/nach-beinahe-pleite-community-sender-okto-feiert-sein-20.-gruendungsjubilaum-100075> (Stand: 7.2.2026).
- Baldry, Anthony & Thibault, Paul J. (2006). *Multimodal transcription and text analysis: a multimedia toolkit and coursebook*. London: Equinox.
- Bedijs, Kristina & Heyder, Karoline Henriette (Hrsg.) (2012). *Sprache und Personen im Web 2.0: Linguistische Perspektiven auf YouTube*, SchülerVZ & Co. Berlin: Lit.
- Bellardi, Nadia (2019). *Working Paper: Research on community media in the DACH-Region with focus on community media as spaces for local dialogue and cohesion*. o.O.: Eigenverlag.
- Benson, Phil (2016). *The Discourse of YouTube*. London/New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781315646473.
- Berry, Jessica (2024). Sprachversionsfilme. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 189–196.
- Bertolaso, Marco (2025). Nachrichtenjournalismus als Übersetzung der Wirklichkeit. In: Haarkötter, Hektor, & Kalmuk, Filiz (Hrsg.) *Über-Setzen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. 3–16. DOI: 10.1007/978-3-658-45736-5_1.
- Bettendorf, Selina (2020). *Instagram-Journalismus für die Praxis: Ein Leitfaden für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. DOI: 10.1007/978-3-658-31484-2.
- BGStG §3 Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz - Bundesrecht konsolidiert, Fassung vom 24.09.2025., §3 (2018). <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20004228>.
- BGStG §6 Abs. 5 Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz - Bundesrecht konsolidiert, Fassung vom 24.09.2025., §6 Abs. 5 (2018). <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20004228>.
- BKA (o. J.) *Volksgruppen*. <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/themen/volksgruppen.html> (Stand: 4.2.2026).
- BMASGPK (o. J.) *Barrierefreiheitsgesetz*. <https://www.sozialministerium.gv.at/Themen/Soziales/Menschen-mit-Behinderungen/Barrierefreiheitsgesetz.html> (Stand: 25.9.2025).
- Bogner, Alexander; Littig, Beate & Menz, Wolfgang (2014). *Interviews mit Experten: Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. DOI: 10.1007/978-3-531-19416-5.
- Bolaños García-Escribano, Alejandro; Díaz Cintas, Jorge & Massidda, Serenella (2021). Subtitlers on the Cloud: The Use of Professional Web-based Systems in Subtitling Practice and Training. *Tradumàtica: tecnologies de la traducció*,(19), 1–21. DOI: 10.5565/rev/tradumatica.276.

- Bolz, Lisa (2025). Le Monde diplomatique: Übersetzungsleistung und Kulturtransfer: Die Rolle der Übersetzung in der Redaktionsarbeit der deutschsprachigen Ausgabe von Le Monde diplomatique. In: Haarkötter, Hektor, & Kalmuk, Filiz (Hrsg.) *Über-Setzen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. 95–105. DOI: 10.1007/978-3-658-45736-5_6.
- Cattrysse, Patrick (1998). Translation in the New Media Age: Implications for Research and Training. In: Gambier, Yves (Hrsg.) *Translating for the Media: Papers from the International Conference Languages & the Media: Berlin, November 22–23*. Turku: University of Turku. 7–12.
- Christmann, Ursula & Groeben, Norbert (2020). Verständlichkeit: die psychologische Perspektive. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 123–140. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Cornu, Jean-François & O’Sullivan, Carol (2019). History of audiovisual translation. In: Pérez-González, Luis (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. London/New York: Routledge. 15–30. DOI: 10.4324/9781315717166.
- Díaz Cintas, Jorge & Remael, Aline (2021). *Subtitling: Concepts and Practices*. London/New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781315674278.
- Die Neuen (2022). *Die Neuen: Start der Informationsplattform Edukundo.at*. [Portal für multimediale Presseinformationen]. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20220602_OT50184/die-neuen-start-der-informationsplattform-edukundoat (Stand: 8.6.2025).
- DIN 1450 (2024). Schriften - Leserlichkeit. Berlin: o.V. <https://www.din.de/de/mitwirken/normenausschuesse/natg/veroeffentlichungen/wdc-beuth:din21:384386718>.
- DIN ISO 24495-1 (2023). Einfache Sprache - Teil 1: Grundsätze und Leitlinien. Berlin: o.V. <https://www.din.de/de/mitwirken/normenausschuesse/nat/veroeffentlichungen/wdc-beuth:din21:375008622>.
- DocCheck, Mediziner*innen bei (o. J.-a) *Gehörlosigkeit*. <https://flexikon.doccheck.com/de/Geh%C3%B6rlosigkeit> (Stand: 15.11.2025).
- DocCheck, Mediziner*innen bei (o. J.-b) *Sehbehinderung*. <https://flexikon.doccheck.com/de/Sehbehinderung> (Stand: 15.11.2025).
- Dresing, Thorsten & Pehl, Thorsten (2018). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse: Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende*. Marburg: Eigenverlag. 8. Auflage.
- Dwyer, Tessa (2005). Universally speaking: Lost in Translation and polyglot cinema. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 4, 295–310. DOI: 10.52034/lanstts.v4i.143.
- Dwyer, Tessa (2019). Audiovisual translation and fandom. In: Pérez-González, Luis (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. London/New York: Routledge. 436–452. DOI: 10.4324/9781315717166.
- Europäisches Parlament & Rat der Europäischen Union Verordnung (EU) 2018/302 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2018 über Maßnahmen gegen ungerechtfertigtes Geoblocking und andere Formen der Diskriminierung aufgrund der Staatsangehörigkeit, des Wohnsitzes oder des Ortes der Niederlassung des Kunden innerhalb des Binnenmarkts und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 2006/2004 und (EU) 2017/2394 sowie der Richtlinie 2009/22/EG (Text von Bedeutung für den EWR.), 060I OJ L (2018). <http://data.europa.eu/eli/reg/2018/302/oj/deu>.
- Europäisches Parlament & Rat der Europäischen Union Verordnung (EU) 2024/1083 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. April 2024 zur Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt und zur Änderung der

- Richtlinie 2010/13/EU (Europäisches Medienfreiheitsgesetz) (Text von Bedeutung für den EWR). (2024). <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj/deu>.
- fachspezifikum.at (o. J.) *fachspezifikum.at: Lexikon: Sehbehinderung*. <https://www.fachspezifikum.at/lexikon/sehbehinderung> (Stand: 15.11.2025).
- Fidler, Harald (2025). *Privatrundfunkförderung: Wer wie viel bekommt*. <https://www.diemedien.at/articles/privatrundfunkforderung-wer-wieviel-bekommt> (Stand: 8.2.2026).
- Flick, Uwe (2019). Design und Prozess qualitativer Forschung. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, & Steinke, Ines (Hrsg.) *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe. 252–264.
- Flick, Uwe; von Kardorff, Ernst & Steinke, Ines (Hrsg.) (2019).a *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe.
- Flick, Uwe; von Kardorff, Ernst & Steinke, Ines (2019).b Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, & Steinke, Ines (Hrsg.) *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe. 13–29.
- Folta-Schoofs, Kristian (2020). Apparategestützte Kommunikations- und Feedbacksysteme. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 345–360. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Freihoff, Roland (2012). Skopos - Befreiung des translatorischen Handelns. ur Übersetzungstheorie von Hans J. Vermeer (1930-2010). In: Cronin, Michael (Hrsg.) *IN MEMORIAM Hans J. Vermeer*. Athen: Diavlos Publications. 27–45.
- Fröhlich, Uta (2015). *Facework in multimedialer spanischer Forenkommunikation*. Berlin/Boston: De Gruyter. DOI: 10.1515/9783110424485.
- Gambier, Yves (1996). Introduction. La traduction audiovisuelle un genre nouveau ? In: Gambier, Yves (Hrsg.) *Les transferts linguistiques dans les médias audiovisuels*. Villeneuve d'Ascq: Presses universitaires du Septentrion. 7–12. DOI: 10.4000/books.septentrion.124613.
- Gambier, Yves (2003). Introduction: Screen Transadaptation: Perception and Reception. *The Translator*, 9 (2), 171–189. DOI: 10.1080/13556509.2003.10799152.
- Gambier, Yves (2007). Multimodality and Audiovisual Translation. In: Carroll, Mary, Gerzymisch-Arbogast, Heidrun, & Nauert, Sandra (Hrsg.) *Audiovisual Translation Scenarios: Proceedings of the Marie Curie Euroconferences MuTra: Audiovisual Translation Scenarios - Copenhagen 1-5 May 2006*. Copenhagen: MuTra. 91–98. https://www.translationconcepts.org/pdf/MuTra_2006_Proceedings.pdf.
- Gambier, Yves (2008). recent developments and challenges in audiovisual translation research. In: Chiaro, Delia, Heiss, Christine, & Bucaria, Chiara (Hrsg.) *Between Text and Image*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 11–33. DOI: 10.1075/btl.78.
- Gambier, Yves (2013). The position of audiovisual translation studies. In: Millán, Carmen, & Bartrina, Francesca (Hrsg.) *The Routledge handbook of translation studies*. London/New York: Routledge. 45–59.
- Gambier, Yves (2023). Audiovisual Translation and Multimodality: What Future. *Media and Intercultural Communication: A Multidisciplinary Journal*, 1 (1), 1–16. DOI: 10.22034/mic.2023.167451.
- Georgakopoulou, Panayota (2019). Technologization of audiovisual translation. In: Pérez-González, Luis (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. London/New York: Routledge. 516–539. DOI: 10.4324/9781315717166.
- GERS (o. J.) *Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen (GER) für Sprachen*.

- <https://www.europaeischer-referenzrahmen.de/> (Stand: 23.11.2025).
- Gesundheitsportal (2021). *Hörbehinderung & Gehörlosigkeit*.
<https://www.gesundheit.gv.at/krankheiten/behinderung/taubheit.html> (Stand: 15.11.2025).
- Göpferich, Susanne (2008). *Translationsprozessforschung: Stand, Methoden, Perspektiven*. Tübingen: Narr.
- Gottlieb, Henrik (1994). Subtitling: Diagonal translation. *Perspectives*, 2 (1), 101–121. DOI: 10.1080/0907676X.1994.9961227.
- Gottlieb, Henrik (2024). AVT und Politik. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 403–419.
- Greco, Gian Maria (2016). On Accessibility as a Human Right, with an Application to Media Accessibility. In: *Researching Audio Description*. London: Palgrave Macmillan UK. 11–33.
- Greco, Gian Maria (2018). The nature of accessibility studies. *Journal of audiovisual translation*, 1 (1), 205–232.
- Grübl, Birgit (2024). AVT in Fernsehanstalten. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 209–218.
- Guillot, Marie-Noëlle (2019). Subtitling on the cusp of its futures. In: Pérez-González, Luis (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. London/New York: Routledge. 31–47. DOI: 10.4324/9781315717166.
- Gürtler, Leo (2014). Text-Videoüberlagerungen als Möglichkeit zur Darstellung von qualitativ kodierten Video- und Audiodaten. In: Moritz, Christine (Hrsg.) *Transkription von Video- und Filmdaten in der Qualitativen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. 359–389. DOI: 10.1007/978-3-658-00879-6_15.
- Hahn, Oliver; Lönnendonker, Julia & Schröder, Roland (2024). Journalismus als sprachkulturelle Leistung. In: Löffelholz, Martin, & Rothenberger, Liane (Hrsg.) *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. 505–516. DOI: 10.1007/978-3-658-32151-2_35.
- HappyScribe (o. J.) *Terms and Conditions*. <https://www.happyscribe.com/terms> (Stand: 4.3.2026).
- Hebenstreit, Gernot (2020). Functional translation theories and ethics. In: Koskinen, Kaisa, & Pokorn, Nike K. (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Translation and Ethics*. London/New York: Routledge. 58–71. DOI: 10.4324/9781003127970.
- Heerden-Wessel, Uschi (2020). Barrierefreie Angebote des NDR und der ARD – Stand, Aufgaben, Ziele. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 725–740. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Helfferich, Cornelia (2009). *Die Qualität qualitativer Daten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: 10.1007/978-3-531-91858-7.
- Hirvonen, Maija (2024). Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 305–318.
- Hirvonen, Maija & Kinnunen, Tuija (2020). Accessibility and linguistic rights. In: Koskinen, Kaisa, & Pokorn, Nike K. (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Translation and Ethics*. London/New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781003127970.
- Holly, Werner (2004). *Fernsehen*. Tübingen: Niemeyer. DOI: 10.1515/9783110966657.
- Holz-Mänttari, Justa (1984). *Translatorisches Handeln: Theorie und Methode*. Helsinki: Suomalainen tiedeakatemia.

- Holz-Mänttari, Justa (2012). Translatorisches Handeln, Bewusstwerdung, Evolution und das Universum der Quantenphysik. In: Cronin, Michael (Hrsg.) *IN MEMORIAM Hans J. Vermeer*. Athen: Diavlos Publications. 66–90.
- Hopf, Christel (2019). Qualitative Interviews - ein Überblick. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, & Steinke, Ines (Hrsg.) *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt's Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe. 349–359.
- International Organization for Standardization (2018). Information technology - User interface component accessibility (ISO Standard No.20071-23:2018). Brüssel: CEN. <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:70722:en>.
- Jiménez Hurtado, Catalina; Tuominen, Tiina & Ketola, Anne (2018). Why methods matter: Approaching multimodality in translation research. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*, 17, 1–21.
- Jüngst, Heike Elisabeth (2011). Filmübersetzung in Europa – das Nonplusultra des Sprachenlernens? In: *Sprachraum Europa - Alles Englisch oder...?* 77–88.
- Jüngst, Heike Elisabeth (2020). *Audiovisuelles Übersetzen: ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke Attempto. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage.
- Kaindl, Klaus (2013). Multimodality and translation. In: Millán, Carmen, & Bartrina, Francesca (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Translation Studies*. London: Routledge. 257–270. DOI: 10.4324/9780203102893.
- Kaindl, Klaus (2020). A theoretical framework for a multimodal conception of translation. In: Boria, Monica, Carreres, Ángeles, Noriega-Sánchez, María, & Tomalin, Marcus (Hrsg.) *Translation and Multimodality: Beyond Words*. London: Routledge. 1. Aufl. 49–70. DOI: 10.4324/9780429341557.
- Kaindl, Klaus (2024). Vom Sprachtransfer zur multimodalen Translation: Zur Entwicklung des Text- und Übersetzungsbegriffs in der AVT. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 35–46.
- Kaltenbrunner, Andy; Karmasin, Matthias & Lugschitz, Renée (2024). Country report Austria. In: Meier, Klaus, García-Avilés, Jose A., Kaltenbrunner, Andy, Porlezza, Colin, Wyss, Vinzenz, Lugschitz, Renée, & Klinghardt, Korbinian (Hrsg.) *Innovations in Journalism: Comparative Research in Five European Countries*. London/New York: Routledge. 37–48. DOI: 10.4324/9781032630410-7.
- Kluge, Bettina (2024). Voice-over-Übersetzung. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 141–148.
- Körner, Maike (2024). Country report Germany. In: Meier, Klaus, García-Avilés, Jose A., Kaltenbrunner, Andy, Porlezza, Colin, Wyss, Vinzenz, Lugschitz, Renée, & Klinghardt, Korbinian (Hrsg.) *Innovations in Journalism: Comparative Research in Five European Countries*. London/New York: Routledge. 49–60. DOI: 10.4324/9781032630410-8.
- Korycińska-Wegner, Małgorzata (2024). Linguistische Zugänge. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 61–74.
- Künzli, Alexander (2017). *Die Untertitelung: Von der Produktion zur Rezeption*. Berlin: Frank & Timme.
- Künzli, Alexander (2024). Untertitelung. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 107–122.
- Künzli, Alexander & Kaindl, Klaus (Hrsg.) (2024). *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme.
- Kupferschmitt, Thomas (2024). Trends bei Video- und Audioplattformen. *Media Perspektiven*

26/2024,1–9.

- Kurch, Alexander (2024). Technologische Entwicklungen in der AVT. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 361–376.
- Laine, Marsa (1996). Le commentaire comme mode de traduction. In: Gambier, Yves (Hrsg.) *Les transferts linguistiques dans les médias audiovisuels*. Villeneuve d'Ascq: Presses universitaires du Septentrion. 197–205. DOI: 10.4000/books.septentrion.124773.
- Lamnek, Siegfried (2010). *Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch*. Weinheim u.a.: Beltz. 5., überarb. Aufl. http://www.content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783621278409.
- Lang, Katrin (2020). Die rechtliche Lage zur Barrierefreier Kommunikation in Deutschland. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Lutz, Benedikt (2020). Verständlichkeit aus fachkommunikativer Sicht. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 147–162. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Maaß, Christiane (2020). Übersetzen in Leichte Sprache. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 271–299. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Maaß, Christiane & Bredel, Ursula (2020). Leichte Sprache. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 251–271. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Maaß, Christiane & Rink, Isabel (Hrsg.) (2020).a *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Maaß, Christiane & Rink, Isabel (2020).b Über das Handbuch Barrierefreie Kommunikation. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 17–25. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Mälzer, Nathalie & Wünsche, Maria (2020). Barrierefreiheit und Inklusion am Theater: Das Projekt Inklusives Theater an der Uni Hildesheim. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Maszerowska, Anna (2013). Language Without Words: Light and Contrast in Audio Description. *The Journal of Specialised Translation*, 20, 165–180.
- Mayring, Philipp (2019). Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, & Steinke, Ines (Hrsg.) *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe. 468–474.
- Mayring, Philipp (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. Weinheim Basel: Beltz. 13., überarbeitete Auflage.
- Meier, Klaus (2018). *Journalistik*. München: UVK/Lucius. 4., überarbeitete Auflage. DOI: 10.36198/9783838548081.
- Meier, Klaus; García-Avilés, Jose A.; Kaltenbrunner, Andy; Porlezza, Colin; Wyss, Vinzenz; Lugschitz, Renée & Klinghardt, Korbinian (Hrsg.) (2024). *Innovations in Journalism: Comparative Research in Five European Countries*. London/New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781032630410.
- Meier, Stefan (2025). Pumping Sophia oder Wie man (mental) Fitness als Wissen und Weltsicht verkauft. In: Haarkötter, Hektor, & Kalmuk, Filiz (Hrsg.) *Über-Setzen: Mediendiskurse zwischen Transfer und Transformation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. 109–130. DOI: 10.1007/978-3-658-45736-5.
- Merkens, Hans (2019). Auswahlverfahren, Sampling, Fallkonstruktion. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, & Steinke, Ines (Hrsg.) *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek

- bei Hamburg: Rowohlt's Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe. 286–298.
- Meta (o. J.-a) *Automatisch erstellte Untertitel auf Facebook*. <https://de-de.facebook.com/business/help/385195769594602> (Stand: 8.6.2025).
- Meta (o. J.-b) *Facebook Reels*. <https://de-de.facebook.com/business/help/581040529926114> (Stand: 8.6.2025).
- Moore, Zoe (2023). What does it take to integrate access at live events? A discussion of proactive approaches to access in this diverse setting. *The Journal of Specialised Translation*, (39), 99–116. DOI: 10.26034/cm.jostrans.2023.068.
- Müller, Thorsten (2024). Zahl der Social-Media-Nutzenden steigt auf 60 Prozent. *Media Perspektiven* 28/2024, 1–8.
- Nagel, Silke (2009). Das Übersetzen von Untertiteln. Prozesse und Probleme der Kurzfilme Shooting Bookie, Wasp und Green Busch. In: Nagel, Silke, Hezel, Susanne, Hinderer, Katharina, & Pieper, Katrin (Hrsg.) *Audiovisuelle Übersetzung: Filmuntertitelung in Deutschland, Portugal und Tschechien*. Frankfurt/New York: Lang. 23–144.
- Negi, Shivsevak & Mitra, Ritayan (2022). Native language subtitling of educational videos: A multimodal analysis with eye tracking, EEG and self-reports. *British Journal of Educational Technology*, 53 (6), 1793–1816. DOI: 10.1111/bjet.13214.
- Neves, Josélia (2019). Subtitling for deaf and hard of hearing audiences - Moving forward. In: Pérez-González, Luis (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. London/New York: Routledge. 82–95. DOI: 10.4324/9781315717166.
- Nord, Christiane (1993). *Einführung in das funktionale Übersetzen: am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Tübingen, Basel: Francke.
- Nord, Christiane (2011). *Funktionsgerechtigkeit und Loyalität. 1: Theorie, Methode und Didaktik des funktionalen Übersetzens*. Berlin: Frank & Timme.
- Nord, Christiane (2012). Translation und „Paratranslation“. *Lebende Sprachen*, 57 (1), 1–8. DOI: 10.1515/les-2012-0001.
- Nord, Christiane (2018). *Translating as a purposeful activity: functionalist approaches explained*. London ; New York: Routledge, Taylor & Francis Group. Second edition.
- Nord, Christiane (2024). Functional Translation Theories. In: Lange, Anne, Monticelli, Daniele, & Rundle, Christopher (Hrsg.) *The Routledge Handbook of the History of Translation Studies*. London/New York: Routledge. 164–180. DOI: 10.4324/9781032690056.
- Nornes, Abé Mark (2007). *Cinema babel: translating global cinema*. Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press.
- O'Hagan, Minako & Mangiron, Carmen (2013). *Game Localization: Translating for the Global Digital Entertainment Industry*. Amsterdam Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. DOI: 10.1075/btl.106.
- ÖHTB (o. J.) *Taubblind | ÖHTB*. <https://oehtb.at/taubblind> (Stand: 16.11.2025).
- ÖIF (2025). *Statistisches Jahrbuch „Migration & Integration“: Mehr als 2,5 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund in Österreich*. <https://www.integrationsfonds.at/newsbeitrag/statistisches-jahrbuch-migration-integration-mehr-als-25-millionen-menschen-mit-migrationshintergrund-in-oesterreich-26500/> (Stand: 16.11.2025).
- ÖIF (o. J.) *Über den ÖIF: Österreichischer Integrationsfonds ÖIF*. <https://www.integrationsfonds.at/ueber-den-oeif/ueber-den-oeif/> (Stand: 16.11.2025).
- OKTO (2005). *Richtlinien und Grundsätze von Okto*. Wien: o.V. https://www.okto.tv/de/page/uber_okto.
- OKTO (2020). *Stellungnahme der Geschäftsführung von Okto TV*. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200114_OT50117/stellungnahme-der-geschaeftsfuehrung-von-okto-tv (Stand: 8.2.2026).

- OKTO (2022).a *EDUKUNDO*. <https://www.okto.tv/de/sendereihe/edukundo> (Stand: 8.2.2026).
- OKTO (2022).b *Ist OKTO noch laut?* https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20221221_OTS0120/ist-okto-noch-laut (Stand: 7.2.2026).
- OKTO (2024). *OKTO jetzt auch kostenlos auf JOYN streamen*. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20241203_OTS0160/okto-jetzt-auch-kostenlos-auf-joyn-streamen (Stand: 7.2.2026).
- OKTO (o. J.-a) *FAQ*. <https://www.okto.tv/de/page/faq> (Stand: 7.2.2026).
- OKTO (o. J.-b) *Impressum / Offenlegung gem. § 25 MedG*. <https://www.okto.tv/de/imprint> (Stand: 7.2.2026).
- OKTO (o. J.-c) *Unser Leitbild*. Wien: o.V. https://www.okto.tv/de/page/uber_okto.
- ORF (2025).a *INFORMATION - FOCUS ON!* <http://contentfueralle.orf.at/contentfueralle/Information106.html> (Stand: 5.2.2026).
- ORF (2025).b *ORF Public Value*. Wien: ORF.
- ORF (o. J.-a) *news.ORF.at*. <https://orf.at/> (Stand: 4.3.2026).
- ORF (o. J.-b) *ORF (@orf) | TikTok*. [Social Media]. <https://www.tiktok.com/@orf> (Stand: 4.3.2026).
- ORF (o. J.-c) *ZIB erklärt*. [Social Media]. https://www.youtube.com/channel/UCp02Io-19Y7_Gd-MApFhnhA (Stand: 4.3.2026).
- ORF, Österreichischer Rundfunk (2024).a *ORF Public Value*. Wien: ORF.
- ORF, Österreichischer Rundfunk (2024).b *„Vorarlberg heute kompakt“ des ORF Vorarlberg ab jetzt in mehreren Sprachen*. https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20240828_OTS0067/vorarlberg-heute-kompakt-des-orf-vorarlberg-ab-jetzt-in-mehreren-sprachen (Stand: 7.6.2025).
- ORF, Österreichischer Rundfunk (2024).c *Was ist drin? Public Value Bericht 2023/24*. Wien: Samson Druck GmbH. 1. Aufl.
- Oziemblewska, Magdalena & Szarkowska, Agnieszka (2020). The quality of templates in subtitling. A survey on current market practices and changing subtitler competences. *Perspectives*, 30 (3), 432–453. DOI: 10.1080/0907676X.2020.1791919.
- Paludo, Tamara (2025). Leichte Sprache, einfache Sprache, leicht verständliche Sprache, leicht(er) lesen (LL) ... Ganz schön kompliziert? *Univeristas. Fachmagazin für Übersetzen und Dolmetschen*, (3/25), 19–21.
- Patalas, Enno (1969). Geschichte des Films. In: Dovifat, Emil (Hrsg.) *Praktische Publizistik, Teil 1*. Berlin: De Gruyter. 142–171. DOI: 10.1515/9783111452555-013.
- Pérez-González, Luis (2007). Intervention in New Amateur Subtitling Cultures: A Multimodal Account. *Linguistica Antverpiensia*, 6, 67–80.
- Pérez-González, Luis (2009). Audiovisual Translation. In: Baker, Mona, & Saldanha, Gabriela (Hrsg.) *The Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London/New York: Routledge. 2. Aufl. 13–20.
- Pérez-González, Luis (2014). *Audiovisual Translation: Theories, Methods and Issues*. London/New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781315762975.
- Pérez-González, Luis (2019). Audiovisual translation. In: Baker, Mona, & Saldanha, Gabriela (Hrsg.) *The Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London/New York: Routledge. 3. Aufl. 30–34. DOI: 10.4324/97813157678627.
- Prunč, Erich (1997). Versuch einer Skopostypologie. In: Grbić, Nadja, & Wolf, Michaela (Hrsg.) *Text - Kultur, Kommunikation: Translation als Forschungsaufgabe*. Tübingen: Stauffenburg. 33–52.
- Prunč, Erich (2008). Zur Konstruktion von Translationskulturen. In: Schippel, Larisa (Hrsg.) *Translationskultur: ein innovatives und produktives Konzept*. Berlin: Frank & Timme.

- 19–42.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9783865969101_A34278937/preview-9783865969101_A34278937.pdf&ved=2ahUKewjfpdStteiTAxWSHBAIHY2WLuIQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw0cX9IUkRZIlrdedLB06STc.
- Prunč, Erich (2012). *Entwicklungslinien der Translationswissenschaft: von den Asymmetrien der Sprachen zu den Asymmetrien der Macht*. Berlin: Frank & Timme. 3.
- Reinart, Sylvia (2004). Zu Theorie und Praxis von Untertitelung und Synchronisation. In: Kohlmayer, Rainer, & Pöckl, Wolfgang (Hrsg.) *Literarisches und mediales Übersetzen: Aufsätze zu Theorie und Praxis einer gelehrten Kunst*. Frankfurt/New York: Lang. 73–112.
- Reinart, Sylvia (2017). Untertitelung und Ökonomie. In: Wienen, Ursula, Sergio, Laura, Reichmann, Tinka, & Gutiérrez Aristizábal, Ivonne (Hrsg.) *Translation und Ökonomie*. Berlin: Frank & Timme. 93–114.
- Reinart, Sylvia (2018). Untertitelung - über die etablierten Normen hinaus. In: Agnetta, Marco (Hrsg.) *Über die Sprache hinaus: translatorisches Handeln in semiotische Grensräumen*. Hildesheim: Universitätsverlag Hildesheim. 131–158. DOI: 10.18442/017.
- Reiß, Katharina & Vermeer, Hans J. (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: M. Niemeyer.
- Reiß, Katharina; Vermeer, Hans J. & Nord, Christiane (2013). *Towards a general theory of translational action: skopos theory explained*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Republik Österreich RIS - Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz - Bundesrecht konsolidiert, Fassung vom 07.02.2026. (2023).
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001412>.
- Republik Österreich Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk. (2024).
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785>.
- Rink, Isabel (2020). Kommunikationsbarrieren. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 29–66. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Risku, Hanna (2016). *Translationsmanagement: Interkulturelle Fachkommunikation im Informationszeitalter*. Tübingen: Narr Francke Attempto. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage.
- Romero-Fresco, Pablo (2018). In support of a wide notion of media accessibility: Access to content and access to creation. *Journal of Audiovisual Translation*, 1 (1), 187–204. DOI: 10.47476/jat.v1i1.53.
- Romero-Fresco, Pablo (2019). Accessible filmmaking: Translation and accessibility from production. In: Pérez-González, Luis (Hrsg.) *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. London/New York: Routledge. 498–515. DOI: 10.4324/9781315717166.
- Romero-Fresco, Pablo & Chaume, Frederic (2022). Creativity in Audiovisual Translation and Media Accessibility. *The Journal of Specialised Translation*, (38), 75–101.
- Romero-Fresco, Pablo & Dangerfield, Kate (2022). Accessibility as a Conversation. *Journal of Audiovisual Translation*, 5 (2), 15–34. DOI: 10.47476/jat.v5i2.2022.228.
- Sandeepi (2019). The difference between free and open-source software. *International Journal of Advanced Academic Studies*, 1 (2), 85–88. DOI: 10.33545/27068919.2019.v1.i2b.28.
- Schädler, Johannes (2020). Barrierefreie Verwaltung – Grundlagen und Handlungskonzepte. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 637–655. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.

- Schlager, Daniela & Risku, Hanna (2023). Contextualising translation expertise: Lived practice and social construction. *Translation, Cognition & Behavior*, 6 (2), 230–251. DOI: 10.1075/tcb.00087.sch.
- Schmidt, Christiane (2019). Analyse von Leitfadeninterviews. In: Flick, Uwe, von Kardorff, Ernst, & Steinke, Ines (Hrsg.) *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe. 447–455.
- Schubert, Klaus (2016). Barriereabbau durch optimierte Kommunikationsmittel: Versuch einer Systematisierung. In: Mälzer, Nathalie (Hrsg.) *Barrierefreie Kommunikation: Perspektiven aus Theorie und Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 15–33.
- Schuppner, Saskia & Bock, Bettina M. (2020). Geistige Behinderung und barrierefreie Kommunikation. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Sicher, Christine & Stampf, Marie-Theres (2025). *Österreichischer Integrationsfonds: Jahresbericht 2024*. (Jahresbericht). Wien: Österreichischer Integrationsfonds. 118.
- Sieger, Volker (2020). Geleitwort. In: Maaß, Christiane, & Rink, Isabel (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 13–15. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Simschek, Roman & Kia, Sahar (2017). *Erklärvideos einfach erfolgreich*. München: UVK/Lucius.
- Sonneborn, Martin (2025). „Die armen Dolmetscher“: Über die Arbeit des Übersetzungsdiensts des Europäischen Parlaments aus Sicht eines Parlamentariers. In: Haarkötter, Hektor, & Kalmuk, Filiz (Hrsg.) *Über-Setzen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. 87–93. DOI: 10.1007/978-3-658-45736-5_5.
- Stolze, Radegundis (2011). *Übersetzungstheorien: eine Einführung*. Tübingen: Narr Francke Attempto. 6., überarb. und erw. Aufl.
- Stössel, Tinka (2024). AVT bei Streamingplattformen. In: Künzli, Alexander, & Kaindl, Klaus (Hrsg.) *Handbuch audiovisuelle Translation: Arbeitsmittel für Wissenschaft, Studium, Praxis*. Berlin: Frank & Timme. 219–228.
- Tuominen, Tiina; Koponen, Maarit; Vitikainen, Kaisa; Sulubacak, Umut & Tiedemann, Jörg (2023). Exploring the gaps in linguistic accessibility of media: The potential of automated subtitling as a solution. *The Journal of Specialised Translation*, (39), 77–98. DOI: 10.26034/cm.jostrans.2023.067.
- Udo, John-Patrick & Fels, Deborah (2010). The rogue poster-children of universal design: closed captioning and audio description. *Journal of Engineering Design*, 21 (2–3), 207–221. DOI: 10.1080/09544820903310691.
- UN-BRK Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen sowie das Fakultativprotokoll zum Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (UN-BRK), BGBl. III Nr. 155/2008. (2008). <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20006062>.
- Vasey, Ruth (1997). *The world according to Hollywood, 1918-1939*. Exeter: University of Exeter Press.
- Vermeer, Hans J. (1978). Ein Rahmen für eine allgemeine Translationstheorie. *Lebende Sprachen*, 23 (3). DOI: 10.1515/les.1978.23.3.99.
- Vermeer, Hans J. (1986). Übersetzen als kultureller Transfer. In: Snell-Hornby, Mary (Hrsg.) *Übersetzungswissenschaft - eine Neuorientierung: zur Integrierung von Theorie und Praxis*. Tübingen Basel: Francke. 30–35. <https://de.scribd.com/document/461136084/Hans-J-Vermeer-Übersetzen-als-kultureller-Transfer-pdf>.
- Vermeer, Hans J. (1990). *a Skopos und Translationsauftrag: Aufsätze*. Heidelberg: Abt. Allg.

- Übersetzungs- u. Dolmetschwiss. d. Inst. für Übersetzen u. Dolmetschen d. Univ. Heidelberg. 2. Aufl.
- Vermeer, Hans J. (1990).b Texttheorie und Translatorisches Handeln. *Target. International Journal of Translation Studies*,2 (2), 219–242. DOI: 10.1075/target.2.2.06ver.
- von Rosenstiel, Lutz (2019). Organisationsanalyse. In: Flick, Uwe, von Kardorf, Ernst, & Steinke, Ines (Hrsg.) *Qualitative Forschung: ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt's Taschenbuch Verlag. 13. Auflage, Originalausgabe. 224–237.
- Vyslozil, Wolfgang & Wippersberg, Julia (2023). *Die österreichische Medienlandschaft 2023*. Wien: facultas.
- Watzlawick, Paul; Bavelas, Janet Beavin & Jackson, Don D. (2011). *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern: Huber. 12., unveränd. Aufl.
- Wehage, Heike (2022). *Was verstehen Studierende unter Erklärvideos? Ergebnisse einer schriftlichen Befragung von Lehramtsstudierenden*. (Reich-Siebert, Natalia, Raimann, Jennifer, Thorbrügge, Carsten, & Schäfer, Ole, Hrsg.) Braunschweig: Technische Universität Braunschweig. 94–107.
- Wehrmeyer, Ella (2015). Comprehension of television news signed language interpreters: A South African perspective. *Interpreting. International Journal of Research and Practice in Interpreting*,17 (2), 195–225. DOI: 10.1075/intp.17.2.03weh.
- Weidenmann, Bernd (2002). Multicodierung und Multimodalität im Lernprozess. In: Issing, Ludwig J., & Klimsa, Paul (Hrsg.) *Information und Lernen mit Multimedia und Internet: Lehrbuch für Studium und Praxis*. Weinheim: Beltz PVU. 3., vollst. überarb. Aufl. 45–62.
- Witte, Heidrun (2017). *Blickwechsel-Interkulturelle Wahrnehmung im translatorischen Handeln*. Berlin: Frank & Timme.
- WKO (2026). *Beschäftigungsformen - Wesentliche Unterschiede*. <https://www.wko.at/einstellen/beschaeftigungsformen-unterschiede> (Stand: 4.3.2026).
- Zabalbeascoa, Patrick (2024). *Audiovisual Translation*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9781003433439.
- Zehrer, Christiane (2020). Schreib- und Übersetzungswerkzeuge für die Barrierefreie Kommunikation. In: Maaß, Christiane, & Zehrer, Christiane (Hrsg.) *Handbuch Barrierefreie Kommunikation*. Berlin: Frank & Timme. 583–598. DOI: 10.26530/20.500.12657/43216.
- Zeno (o. J.) *Lexikoneintrag zu »Skopos«*. *Herders Conversations-Lexikon. Freiburg im Breisgau 1857, Band 5, S. 231*. <http://www.zeno.org/Herder-1854/A/Skopos> (Stand: 15.4.2025).

Anhang

Anhang I: Interviewleitfaden

- 1) Kontextualisierung: Biographie
 - a. Berufliche Qualifikation: Was ist Ihr beruflicher Werdegang? Wie sind Sie zur (mehrsprachigen) Untertitelung gekommen?
 - b. Aufgabenbereich: Was ist Ihre Aufgabe bzw. ihr Zuständigkeitsbereich?
 - c. Arbeitsumfeld: In welchem Bereich untertiteln Sie mehrsprachig? Arbeiten Sie alleine oder im Team?
- 2) Zielgruppen-Wissen bzw. Skopos-Ermittlung
 - a. Wer definiert nach welchen Kriterien, was die Zielgruppe ist?
 - b. Welche Rolle spielen Alter, Bildungsstand, Sprachkompetenz der Zielgruppe bei der UT-Gestaltung? Passen Sie Ihre sprachliche Gestaltung gezielt an (z. B. hinsichtlich Satzstruktur, Lexik oder Sprechtempo)? Wenn ja, wie?
 - c. Was melden intendierte Zielgruppen zurück? Wie gestaltet sich der Austausch mit der Zielgruppe?
- 3) Kontextualisierte Zielgruppen-Orientiertheit
 - a. Umgang mit Kulturspezifika und Idiomen: Gibt es Entscheidungen, die Sie in Bezug auf bestimmte Zielgruppen anders treffen (würden)?
 - b. Berücksichtigung der Bedürfnisse DaF/DaZ-Lernender: Spielt Verständlichkeit für nicht-muttersprachliche Rezipient*innen (z. B. DaZ-Lernende) eine Rolle in Ihrer Praxis? Wenn ja, wie?
 - c. Auffassung von Verständlichkeit: Wie wird in Ihrer Arbeit das Kriterium Verständlichkeit definiert?
- 4) Institutionalisierung
 - a. Institutionelle Vorgaben: Arbeiten Sie mit bestimmten internen Leitlinien oder Normen, die die Zielgruppenorientierung betreffen? – einheitliche Standards
 - b. Gibt es Spannungsfelder zwischen ökonomischem Druck und der Berücksichtigung der Zielgruppen-Bedürfnisse?
 - c. Beeinflussen technische Tools den Handlungsrahmen? Wenn ja, wie

Anhang II: Interviews

Interview T1 und T2

Gespräch geführt am 21. Oktober 2024, 15 Uhr, hybrid, ORF-Landesstudio Vorarlberg und online via Teams

- 1 VS: Was ist Ihr beruflicher, akademischer Werdegang?
- 2 T1: Ich habe Publizistik und Politikwissenschaften und später Kommunikation studiert.
- 3 T2: Ich studiere im Master International Marketing & Sales und habe davor einen Bachelor in Sport-, Event- und Tourismusmanagement gestartet – und später noch einen Bachelor in InterMedia gemacht.
- 4 VS: Wie kommen Sie hier im Landesstudio Vorarlberg dazu, mehrsprachige Beiträge zu gestalten?
- 5 T1: Zur Genese von diesem Projekt: Wir haben natürlich aufmerksam verfolgt, was KI alles möglich macht und suchen sowohl innen als auch in unseren Produkten, die wir nach draußen bringen wollen, nach Erleichterungen und Lösungsansätzen, wo wir sagen, „Okay, das ist das, was wir bisher konnten, das ist das, was KI möglich macht.“ Und da geht es uns immer um einen Mehrwert. Der Mehrwert nach innen, wenn wir KI-Anwendungen suchen, ist es natürlich Arbeitserleichterungen oder dass wir uns unterstützen lassen. Und nach außen war halt die Frage: „Okay, was von dem, was da jetzt möglich wird über KI-Anwendungen, was können wir da anbieten?“ Und da sind wir eben auf diese Mehrsprachigkeit einmal gestoßen. Vorarlberg ist ein Bundesland mit einer sehr hohen Migrationsdichte. Wir sind da an zweiter Stelle hinter Wien. In Vorarlberg leben 70. 000 Menschen, also von 410. 000, die einen Pass haben, der kein österreichischer ist, und 50. 000 davon leben permanent da, die einen Pass haben eines Landes, wo nicht Deutsch die Muttersprache ist. Und dann haben wir gesagt, okay, das könnte so ein Mehrwert sein, dass wir diese Zielgruppe adressieren können mit einem Produkt. Dann war auch die große Frage: „Okay, was könnte das für ein Produkt sein? Oder wir haben auditive Produkte, wir haben das "Vorarlberg Heute" oder das "Vorarlberg Heute Kompakt", das es dann im Endeffekt geworden ist. Auch da haben wir lange herum überlegt und dann sind ganz viele spannende Fragestellungen gefolgt. Ich habe Kontakt gehabt mit der Translationswissenschaft in Graz und die haben mich sehr sensibilisiert dafür und haben gesagt: „Es ist eh nicht so, dass sie nur diese Übersetzungsarbeit anschauen, sondern sehr stark, zum Beispiel, diese sozialwissenschaftlichen Aspekte auch mitnehmen.“ Die Fragestellung war für uns zum Beispiel ein Knackpunkt: „Welche Sprachen wählen wir überhaupt aus?“ Also bevor wir die noch in diese technischen Detaillierungen gegangen sind, für die T2 dann wirklich tragend verantwortlich

war, haben wir überlegt: „Okay, was ist denn überhaupt sinnvoll anzubieten? Und da sind wir zuerst von einem ganz großen Feld ausgegangen und haben gesagt: „Wir haben ganz viele Mitbürgerinnen und Mitbürger, die eigentlich ursprünglich türkischsprachig aufgewachsen sind oder zumindest in einem familiären Umfeld türkisch sprechen.“ Wir haben dann über, zum Beispiel, auch Serbisch gesprochen und so. Und dann war aber der Hinweis von vielen, die sich da wirklich auskennen in dem Feld, eigentlich schwierig, weil das sind Gruppen, die ja eigentlich schon mit dem Deutschen, wenn es möglich ist, in Kontakt kommen sollen beziehungsweise der Großteil kann einfach auch wirklich perfekt Deutsch sprechen, weil zweite Generationen, und zwar türkisch sprechend, aber genauso gut Deutsch sprechend. Und dann sind wir da über da viele Wege und Wirrungen zu diesen Sprachen gekommen von Menschen, die tatsächlich gewollterweise sich nur temporär da aufhalten, die überhaupt nicht vorhaben, da sich niederzulassen. Das sind eben ungarischsprachige Arbeitskräfte im Tourismus und eben die Pflegekräfte, die hauptsächlich sich in Vorarlberg aus Rumänien rekrutieren. Und dann haben wir gesagt, dass eine Weltsprache dazukommt, in dem Fall noch Englisch dazu. Es war da noch eine Zeit lang in Überlegung, ob wir Spanisch oder Portugiesisch mitnehmen, weil es viele Arbeitskräfte gibt in Vorarlberg, die im IT-Bereich arbeiten – warum auch immer, ich bin dem noch nicht näher nachgegangen – aber die jedenfalls spanischsprachig sind, wo auch klar gewesen wäre, die hätten sich nur temporär hier aufgehalten, also hätten nicht das Ziel gehabt, sich dauerhaft in die Gesellschaft zu integrieren. Um diesen Menschengruppen zumindest einen Anschluss zu ermöglichen, zu sagen: „Okay, so Basics, was ist da los den ganzen Tag? Was sind gerade die großen Themen?“ Dazu haben wir uns dann auf dieses Kurzformat geeinigt, dass wir das mit dem probieren wollen und haben wiederum – und da kommt vielleicht das erste Mal dieses KI-Thema ins Spiel – eigentlich überlegt: Naja, die KI könnte ja schon total viel, auch wenn man über Avatare redet, die eigentlich total echt ausschauen und die das in einer super Umsetzung schon bringen könnten. Wir könnten unsere Moderatoren das sprechen lassen. Oder? Wäre überhaupt kein Problem, das technologisch so zu lösen, dass die sowohl lippen-synchronen, also mit Voice Cloning, mit ihrer eigenen Sprache das machen. Und dann haben wir gesagt: „Nein, oberste Regel. Im ORF muss dieses Thema Glaubwürdigkeit bleiben und wir wollen überhaupt nichts und zu keiner Zeit was berühren, wo in anderen Fällen diese Glaubwürdigkeit da unterwandert werden könnte. Genau, und dann haben wir uns eigentlich auf eine schlechtere technische Umsetzung geeinigt. Gö Michi, das war bitter.

- 6 T2: Ja, man hat richtig viele coole Sachen nicht machen können, weil nicht wirklich... Weiß nicht, können wir kurz und knapp schon drauf eingehen was so andere Möglichkeiten schon wären? Dass eigentlich der Moderator schon perfekt Englisch spricht, perfekt Deutsch und alles, also mit der

Mimik, mit der Gestik, mit der Stimmdramaturgie auch, also nicht so ein Monoton, wie man sich jetzt den Roboter vorstellt, sondern ganz von der Dramaturgie her. Und wir haben uns bewusst dann dagegen entschieden, weil wir haben eine Umfrage gefunden von Statista, wo es um die Glaubwürdigkeit von KI gegangen ist, wo wir uns angeschaut haben, wie das so verteilt ist. Und das 50/50 war es da, 2019 mal verteilt. Das war die aktuellste, die es zu dem Zeitpunkt gegeben hat. Und ja, also dementsprechend, nachdem die Glaubwürdigkeit im Vordergrund steht, haben wir uns dagegen entschieden.

- 7 VS: In der OTS-Aussendung steht, dass es dabei um den öffentlichrechtlichen Auftrag des ORF geht, der da verfolgt wird. Was bedeutet das? Was ist das Ziel dieser Übersetzungen?
- 8 T1: Gerade mit der Reform der Finanzierungsgrundlage hat der ORF noch mal ganz groß als Parole, der "ORF für alle" zu sein, noch mal sich auf die Fahnen geheftet. Das kann man auch sagen, das waren wir natürlich 50 Jahre vorher auch schon. Aber jetzt noch mal mit diesen Möglichkeiten, da neue Zielgruppen zu adressieren, die relevant sind, auch fürs Zusammenleben in Vorarlberg, jetzt in einem konkreten Fall, und aber trotzdem innerhalb zum Beispiel unserer Budgetrahmen zu bleiben. Weil natürlich hätte der ORF theoretisch, und diese Sendungen gab es ja alle, also da gab es Nachrichten für sogenannte Gastarbeit, das hat auch so geheißen, in den 70er Jahren, also Radionachrichten, die dann, glaube ich, immer 20 Uhr auf Türkisch einfach übersetzt wurden. Also natürlich würde es das alles geben, aber das wäre jetzt einfach nicht mehr im Sinne einer guten Kostenrechnung im Sinne von Kosten und Nutzen. Und jetzt kann man sagen, okay, Jetzt kommt die KI ins Spiel und erlaubt uns das wieder. Es war vorher mal möglich, weil wahrscheinlich diese Kosten nicht so eine Rolle gespielt haben, dann einfach lange Zeit nicht. Und jetzt gibt es wieder diese Chance, das auch für Zielgruppen anzubieten, die kleiner sind, die eben nicht permanent in Österreich sich aufhalten, aber die für das Zusammenleben und für den gesellschaftlichen Kit durchaus eine Rolle spielen, ob die vielleicht das eine oder andere unserer Gesellschaft besser verstehen. Also insofern würde ich das als Teil des Auftrags verstehen. Das gab es übrigens auch schon mal, nämlich in der Corona-Zeit, da hat der ORF sehr viele der Informationen, die relevant waren, in verschiedenen Sprachen übersetzt, auch publiziert, also sowohl Impfinformationen als auch diese ganzen Informationen über die Sperren. Das war in den letzten drei Jahren dann schon mal ein größeres Thema. Wir sind uns bewusst, zum Beispiel, dass wir das jetzige Projekt auch rein KI-unterstützt machen könnten. Wir haben aber Sicherheitsvarianten dahinter, also die Übersetzungen auch, und haben Arbeiten mit zertifizierten Dolmetschern, die von einem Übersetzungsinstitut und von der Uni Graz kommen, zusammen, um eben da eine

Sicherheitsschleife drinnen zu haben. Das sind jetzt wahrscheinlich eh schon diese Aspekte, die für Sie spannend sein können.

- 9 VS: Genau. Wie gestalten sich diese Arbeitsabläufe von der Beitragsgestaltung, von dem, wo man in der Redaktion arbeitet, bis zur Übersetzung, wo dann eben jemand Externes dazukommt.
- 10 T1: Den Ablauf im Detail kann sicher T2 noch besser erzählen wie ich. Ich würde den Übergedanken vielleicht noch gerne sagen wollen, weil wir gesagt haben, wir wissen, jetzt wird die Technologie skeptisch gesehen. Wir wissen, wenn wir da was machen, was fehlerhaft ist und nach draußen gegeben wird, dann kratzt das an unserem Image. Und aus dem Grund haben wir dann diese Übersetzerinnen und Übersetzer eingeschaltet. Und das Spannende für uns ist jetzt auch zu sehen, dass die sagen, es wäre der KI-Text oftmals so sinnverdreht, dass er das, was wir bewirken wollen würden, eigentlich überhaupt nicht bewirken würde, nämlich ein besseres Verständnis. Ich habe mir das jetzt einfach nur erzählen lassen, aber mir leuchtet das total ein, weil sie sagen, zum Beispiel, sobald da ein Name von einem Ort von der KI nicht wirklich verstanden wird oder sie aus dem, was leicht anderes macht oder ein Projekt, das in Vorarlberg sehr bekannt ist, das „Tischlein Deck Dich“ heißt. Da kann sich bei uns jeder was vorstellen. Das ist so diese Wiener Tafel, sozusagen so eine synonyme Organisation. Und die haben dann gesagt: „Ja, aber natürlich übersetzt die KI Tischlein Deck Dich. Und nachdem wir aber in unserem Text nicht das Wort haben, die Organisation, die dafür sorgt, dass keine Lebensmittel weggeworfen werden, Tischlein Deck Dich, sondern bei uns nur Tischlein Deck Dich steht, macht das für jemand anderen überhaupt keinen Sinn. Also das heißt, die andere Sprache hat das zwar übersetzt, aber sie hat das nicht mit Sinn versehen. Und da merkt man, dass das System an eine Grenze stößt. Die Kollegen von der Uni Graz wollten dann unbedingt in ihrem Projekt zum Beispiel erforschen, ob sie im Laufe der Zeit in dieser Arbeit schneller werden, ob die KI besser lernt zu übersetzen und sie dann ihren Prozessschritt schneller abhandeln können. Es ist das Forschungsprojekten aber dann nicht mehr zustande gekommen. Warum auch immer. Bei Ihnen intern hättet es Mittelfreigaben gebraucht und die gab es dann nicht. Aber das war für mich ganz interessant zu sehen, weil ist man nicht mit dem Fach Translationswissenschaften in Kontakt gekommen, hat man das Gefühl, okay, es ist übersetzt, aber dass dann die schlechte Übersetzung eigentlich nichts von dem bewirkt, was man bewirken wollte, ist eigentlich ein spannender Aspekt, oder?
- 11 VS: Darauf möchte ich jetzt genauer eingehen. Wo endet der Beitrag in der Redaktion und wo beginnt dann die Arbeit der Übersetzerinnen/des Übersetzers? Und wo ist die KI zwischengeschaltet?

- 12 T2: Das "Vorarlberg Heute Kompakt", das Format, dass neu übersetzt wird, das wird um 16 Uhr aufgenommen. Da ist um 15 Uhr in etwa der Moderationstext fertig, zwischen 15 und 16 Uhr. Der Moderationstext, der wird dann dem Übersetzungsbüro vorab schon geschickt, dass Sie sich das schon mal anschauen können, was dann auf Sie genau zukommt. Dann wird das Format eben um 16 Uhr aufgenommen. Danach wird aus dem aufgenommenen "Vorarlberg Heute Kompakt", ein Text-File generiert, wo auch die Time Codes drinnen sind. Also wo wirklich steht: Okay, von 0 bis Sekunde 10 hat er das und das gesagt, und so weiter. Das wird dann von den Übersetzern übersetzt, erstens mal machen die eine Vorübersetzung mit KI, kontrollieren es dann noch mal. Das passiert zwischen Viertel vor 5 bis Viertel vor 6. Das ist so der Zeitpunkt, wo die Übersetzungen dann gemacht werden. Und das Übersetzungsbüro erstellt dann halt aus dem Text-File automatisch schon ein Audio-File, das wir dann nachher wieder zurückgeschickt bekommen. Und was ganz, ganz wichtig war und wo die Schwierigkeit gelegen ist, wo man vielleicht daran anschließen kann an das "Tischlein Deck Dich"-Beispiel: Wir haben eine KI gebraucht, die nachher vor allem ein MP3-File, eine Stimme wirklich wieder daraus erstellt, wo bei jedem einzelnen Wort auch die Aussprache, wie heißt das noch mal? Dass man halt wirklich sagen kann, das heißt „Tischlein Deck Dich" und nicht, wie auch immer. Das Phonetische Alphabet ist es. Das haben wir dann für eine Software gebraucht. Genau, und damit bearbeiten es dann die Übersetzerinnen und schicken uns das File dann bis round-about 6. Da kriegen wir die MP3-Files zurück und danach werden, dank dessen, dass eben ein Time Code quasi vorher erstellt wurde, das MP3-File wird auf Basis des Time Code erstellt. Da können wir einfach das Ganze MP3-File nehmen und einfach nur unter die deutsche Variante drunterhauen. Dementsprechend sind wir relativ schnell immer zumindest beim fertig machen, weil man nicht mehr viel anpassen muss von der Schnittbildung her.
- 13 VS: Habt die ORF-Redaktion da Mitsprache, welche Software da verwendet wird? Oder Einblick?
- 14 T1: Natürlich haben wir das ausgesucht. Das Projektteam ist ja nicht wahnsinnig groß, nur das sind z. B. Details, die würde ich nicht jetzt da veröffentlichen wollen, also welche Software wir da jetzt gewählt haben.
- 15 VS: Ist das eine Software, die in der ORF-Redaktion genauso bekannt ist wie dem Übersetzungsbüro?
- 16 T1: Wir haben das aufgesetzt, das Projekt. Also das haben wir ausgewählt, das hat nicht das Übersetzungsbüro ausgewählt.

- 17 VS: Okay, nur damit ich das jetzt richtig verstehe, wenn das File zurückkommt und das dann ins Schnittprogramm hineingeladen wird, läuft dann unten eine Spur. Also die neue Spur quasi, die vom Übersetzungsbüro zurückgeschickt worden ist, wird dann unten eingefügt.
- 18 T2: Genau
- 19 VS: Und dann wird es über ORF-Systeme wieder ausgespielt?
- 20 T2: Genau, und danach wird es einfach gestreamt. Das ist der letzte Schritt eigentlich.
- 21 T1: Gestreamt wirds über die Homepage ORF.at. Und am nächsten Tag dann ladet es ein Kollege noch jetzt mittlerweile auf ORF ON, auf die Plattform, damit man dann die sammelt, weil wir können immer nur das eine File austauschen. Das heißt, die Leute, die sich interessieren, würden immer nur das tagesaktuelle File sehen, aber wir wollten es dann auf ORF ON auch so zum Nachsehen/Nachvollziehen auch noch mal haben.
- 22 VS: Welche Möglichkeit der Rückfrage gibt es? Also wenn die Moderation jetzt an das Übersetzungsbüro geschickt wird und da irgendwie jetzt irgendwas auffällt, irgendein Fachbegriff oder irgendwas, was redaktionsintern einfach schon sehr bekannt ist, weil man schon sehr lange an dem recherchiert, dass die Übersetzerin/der Übersetzer dann in der Redaktion bei der betreffenden Person rückfragt, wie das gemeint ist und was der Hintergrund ist.
- 23 T1: Gibt es und wird auch genutzt. Das gibt es natürlich wirklich öfter, gerade auch was Details oder so betrifft. Und das ist für uns das Interessante, weil wenn man sich mit Übersetzungsthemen nicht auseinandersetzt, dann hätte ich den Eindruck nicht gehabt, dass dieses Rückfragen notwendig sein könnte. Aber das war wirklich für mich total spannend, da das erste Mal mit Translationswissenschaften zu tun zu haben, die dann gesagt haben: „Ja, ja, ist halt das, wie man über viele Dinge was glaubt, was dann nicht so ist, wenn es in der Realität ist. Und die haben dann gesagt: „Nein, nein, genau, da geht es dann um solche Details.“ Und das Verständnis ergibt sich vielleicht aus dem kulturellen Zusammenhang und aus dem gemeinsamen Wissen einer, keine Ahnung, Community, die aus Rumänien kommt. Und sie haben dann so demokratiepolitische Begriffe öfter verwendet und gesagt: „Ja, aber nur weil wir alle wissen, was ein Landtag ist – also das Wort Landtag bedeutet für jemanden, der aus Rumänien kommt, überhaupt gar nichts.“ Und wenn das auch 100-mal übersetzt ist, aber es ist halt nur wörtlich übersetzt, aber überhaupt nicht mit einer Bedeutung versehen, die jetzt heißen könnte, ein Landtag, also vergleichbar in Rumänien mit you name it. Das war für uns schon spannend.

- 24 VS: Die letzte Verantwortung über das, was dann ausgespielt wird, liegt demnach dann bei der Redaktion beim ORF.
- 25 T1: Genau, die liegt wieder bei uns.
- 26 VS: Ich möchte noch mal kurz bei der KI bleiben, weil die menschliche Expertise, die haben wir jetzt abgedeckt, wie wichtig das ist. Wie beeinflusst KI jetzt den Arbeitsalltag redaktionsintern, in dieser Frage?
- 27 T1: Also die Schritte sind da wirklich minimiert mittlerweile. Zuerst war für uns wirklich das Ansinnen „Wow, da könnte jetzt technisch plötzlich mega viel möglich sein“ und am Ende hat sich herausgestellt, es ist jetzt wirklich wenig die Schritte, die dann wirklich die KI macht. Das sind Bausteine, oder würde ich jetzt mal so formulieren. Es ist die Basisübersetzung, die dann aber eh überarbeitet wird. Der Wunsch, dass wir hier eigentlich fast automatisiert vielleicht ein Produkt anbieten können, der hat sich nicht bewahrheitet.
- 28 VS: Welche Rückmeldungen gibt es nach den ersten Wochen von den UserInnen?
- 29 T1: Wir haben ganz gute Rückmeldungen von eher so Gruppen, die sich mit Expats auseinandersetzen. Also direkt User/UserInnen-Feedback kenne ich keines, sondern wenn, dann sind es übergeordnete Gruppen, die sagen: „Ah, super“, weil sie wollen das wiederum in ihren Communities anbieten. Was ist unser Feedback? Die Hoffnung, dass sich da Prozesse beschleunigen, ist mittelmäßig eingetreten, sage ich jetzt einmal. Es ist ein nach wie vor sinnvolles Projekt. Dazu stehe ich wirklich. Aber dieser Glaube oder dieser Wunsch, da gibt es etwas, dass dann fast wie zum Selbstläufer wird, dank KI, ist noch nicht eingetreten und ich bin durchaus zumindest nur vorsichtig, dass er in naher Zukunft so eintreten kann. Das hängt jetzt aber wirklich wiederum wahrscheinlich mit dem Spezifischen zusammen, dass wir der ORF sind und wirklich diese Verantwortung, da ein qualitätsvolles Produkt, das es ja im Ursprung auch ist in dieser journalistischen Bearbeitung, dass das diesen Qualitätsanspruch nicht verliert.
- 30 VS: Wie positioniert sich jetzt das Landesstudio Vorarlberg mit diesem Projekt innerhalb vom ORF?
- 31 T1: Ist das eine journalistische Frage oder eine wissenschaftliche Frage?
- 32 VS: Es ist rein für die Masterarbeit.
- 33 T1: Also natürlich ist das Interesse groß. Das ganze Projekt ist natürlich auch in Abstimmung mit dem gesamten Haus, auch mit einer Stelle, die sich jetzt mit KI-Guidelines auseinandergesetzt hat,

in der ich war, passiert und war für alle, glaube ich, ganz spannend, da zu sehen, wie da der ORF seine ersten Schritte sinnvoll gehen kann. Das war schon interessant. Und dann eben für uns zu sehen, wie viel, beziehungsweise am Ende dann wahrscheinlich wie wenig, KI-Anteile dann drinnenstecken bleiben können, jetzt mal vorerst.

- 34 VS: Und was den genannten Auftrag betrifft, gesellschaftverbindend zu arbeiten, dass man Menschen befähigt, an der Gesellschaft teilzuhaben, die sonst nicht könnten. Wo sehen Sie sich da in der Entwicklung?
- 35 T1: Wir wissen es einfach jetzt noch nicht. Das Projekt ist gestartet. Wir haben dazwischen jetzt Landtagswahlen gehabt, also wirklich noch viele andere Projekte, die jetzt auch zu stemmen waren. Und jetzt kommt die Zeit, wo wir sagen, wir würden gerne mal schauen, wo überhaupt diese Nutzergruppen sind und mit denen in Kontakt treten. Aber das ist jetzt de facto in so einer engen Feedbackschleife noch nicht passiert.
- 36 VS: Ich möchte jetzt noch mal auf mein Ausgangsthema zurückkommen, die interlinguale Untertitelung. Was mir im Gespräch jetzt aufgefallen ist: bei Ihren Videos, spielen die Untertitel weniger eine Rolle. Warum? Ist es eine technische Frage?
- 37 T2: Na, technisch hätten wir es schon lösen können. Wir haben am Anfang mal einen anderen Ansatz gefolgt. Wir sind wirklich zuerst mal mit Avataren oder zuerst mal mit echten Personen, dann auf Avatare, dann sind wir schlussendlich ganz weggegangen von den Avataren aus den besagten Gründen eben. Und so sind wir eigentlich immer auf dem Audio-Format gesessen und wir haben gesagt, das mit der Untertitelung kann man in vielen Teilen sowieso schon automatisch haben. Und vor allem, wenn man sich jetzt zum Beispiel YouTube anschaut, bei den großen Influencern machen sie jetzt mittlerweile automatisch die Untertitelung. Ich glaube, das ist nicht das Ziel, was uns wirklich etwas bringt oder was den Personen dann wirklich einen Mehrwert wiederbringt. Die Untertitelung, okay, natürlich könnte man die machen, aber für uns hat das Sprachliche - also dadurch ist man näher bei den Personen, als wenn man jetzt sagt: „Okay, wir machen jetzt eine deutsche Varianten und du hast Untertitel drunter. Schön und gut.
- 38 T1: Also ich meine, die Untertitelung hat ja einen Nutzen, wenn ich sage: „Ich schaue mir das unterwegs an. Das ist ja die Hauptnutzung, der Use Case, glaube ich, Nummer eins von Untertiteln. Und wir haben gesagt, wir glauben jetzt einfach daran, dass wir das jetzt mal so machen wollen, dass es auch wirklich angehört wird, oder? Dass das vielleicht noch mal eine emotionalere Bindung hat und wir haben das jetzt einfach untergeordnet, weil es wäre dann am Ende des Tages doch wieder

Aufwand oder es müsste jemand dann noch korrigieren. Und wir haben gesagt, das ist jetzt mal auditiv. Man kann es sich sozusagen anschauen und anhören bei der Gelegenheit. Und für das Kurzformat war das für uns ausreichend. Wenn man jetzt da, keine Ahnung, Halbstundenformate, wo die Leute vielleicht das wirklich irgendwie im öffentlichen Verkehrsmittel anschauen wollen, wäre es wieder anders. Aber das war jetzt für uns eigentlich zweitrangig im Ausspielen. Was ja mit KI-Unterstützung schon passiert, sind die Untertitel ganz normal auf Deutsch, also für alle, die Gehörbeeinträchtigung haben, die es auf der ORF ON gibt. Also dort ist auch ein Schritt KI mit im Spiel, der dann aber auch manuell noch mal korrigiert wird. Aber das sind deutsche Untertitel.

39 VS: Gibt es dazu von Ihrer Seite her noch etwas zu besprechen?

40 T1: Für uns eben interessant, was da für Facetten sich aufgetan haben, nämlich abseits nur von der rein technischen Lösung. Welche Sprachen wählen wir aus? Welche Zielgruppen wollen wir denn wirklich adressieren? Wo ist das sinnvoll? Das fand ich eigentlich wirklich was Spannendes in dem ganzen Projekt. Und bis hin dann zu diesem Kennenlernen, was das überhaupt bedeutet, das auf eine sinnhafte Art dann zu übersetzen. Es war für mich hochspannend, da so eintauchen zu können. Ehrlicherweise, wenn man sich nicht damit auseinandersetzt, ich hätte da eine total falsche Vorstellung davon gehabt, oder ich hätte gesagt: „Okay, ganz plakativ, hauen wir halt da in die KI. Jetzt wissen wir, DeepL, das funktioniert mittlerweile ganz gut, da wird schon irgendwas rauskommen, was irgendwie sinnstiftend ist.“ Aber dass das dann genau eben nicht sinnstiftend sein kann und gerade bei den Sprachgruppen, die wir ausgewählt haben. Oder noch ein Beispiel, vielleicht dass für Sie auch interessant ist. Wir haben durchaus überlegt, auch Fluchtsprachen zu nehmen und dann war so diese Frage: „Okay, welche Sprache nimmst du für diese geflüchteten Menschen?“ Weil zum Beispiel dann Menschen, die aus Syrien flüchten, wahrscheinlich aus einer kleinen Sprachgruppe stammen, die nämlich genau diese unterdrückten Gruppen sprechen und nicht irgendein Hocharabisch, das offenbar das Regime spricht oder so. Das war dann auch noch mal ganz interessant, sich mit dem auseinanderzusetzen. Was wäre denn dann von diesem jeweiligen Fluchtland die Sprache, die wir sinnvollerweise nehmen, um die echt zu adressieren? Also denen nicht nur das Verständlich machen, sondern wo du sagst: „Ah, die meinen auch wirklich mich“, sinngemäß. Also waren wirklich spannende Fragestellungen dabei. Und das war schon auch interessant, finde ich, oder, Michael? Zuerst diese Euphorie auch für diese KI-Thematik und dann zu sehen, so wie wir es machen können, jetzt als Öffentlichrechtlicher, so viel KI erlaubt das dann freigehend auch gar nicht, oder?

- 41 T2: Also zuerst am Anfang haben wir uns ein bisschen herumgespielt damit und haben auch probiert, was da überhaupt alles geht, was gibt es für Möglichkeiten? Da habe ich querebeet unglaublich viele verschiedene Systeme auch ausprobiert. Also wirklich alles, was wir eigentlich so gefunden haben dazu und dazu haben wir auch viel auf der technischen Seite recherchiert. Und im Endeffekt war es dann wirklich die Lösung, was wir jetzt eigentlich haben, wie wir es machen, ist eigentlich relativ banal und es ist eigentlich so wenig KI drin, wie es keiner von uns gedacht hätte. Weil man eben aufgrund der Glaubwürdigkeit oder dass man das ja nicht ankratzen, dass man immer noch ganz klar jeder Schritt eigentlich ein Mensch noch kontrolliert. Natürlich könnte man mehr automatisieren, aber dann haben wir wieder einen Schritt weniger menschlicher Kontrolle und da war es dann halt immer, okay, die Kontrolle ist wichtiger als die Automatisierung oder wichtiger als die Effizienz in dem Fall dann auch. Ja, und das war dann doch überraschend am Ende. Eigentlich sind wir dann alle dagesessen: Okay, am Anfang, haben wir gedacht, das wird jetzt ein hochtechnisches Projekt... Ist im Endeffekt schon noch, also es ist nicht so, dass man sagt, dass man mit dem Bleischrift arbeiten soll, das ist es nicht. Aber ja, deutlich weniger KI dann als eigentlich gedacht.
- 42 VS: Wie viel Vorlaufzeit bis zu dem, was dann wirklich in die Pilotphase und jetzt zur vollständigen Umsetzung gekommen ist, hat es gegeben?
- 43 T1: Also de facto schon ein Jahr, Eineinhalbjahre fast, von den allerersten Ideen und Skizzen. Und dann haben wir ja noch mal wirklich zwei bis drei Monate so ein Pilotverfahren mal laufen lassen. Also es war schon ein langer Vorlauf, vor allem mit diesen Fragestellungen: Welche Sprachen? Wie technologisch? Was können wir als ORF? Parallel dazu sind diese Guidelines im ORF entstanden, KI-Guidelines. Und das war dann auch so eine Frage: „Okay, was warten wir da noch ab?“ Oder müssen wir sogar abwarten, damit man sagt: „Okay, das entspricht auch diesen Guidelines.“ Und da haben wir solche Pilotprojekte explizit mit erwähnt. Und das finde ich sehr sinnvoll, oder? Dass man da auch ein bisschen experimentieren kann, ohne noch einen Priotit zu machen, dass genau das auf diese Art mit allen Formaten des ORF mal passieren kann oder wird.
- 44 VS: Und in diesen ein-/eineinhalb Jahren, welche Herausforderungen haben sich da herausgestellt?
- 45 T1: Das eine war wirklich der Projektteil, an dem T2 so maßgeblich beteiligt war, waren diese technischen Lösungen und dann aber immer wieder dieses Ein-Schritt-Zurückgehen und sagen: „Okay, und was davon wollen wir jetzt? Und was davon findet man sinnvoll? Und was davon entspricht dem, was wir als Qualitätsanspruch haben?“ Also das war immer so technischer Sprung und dann auch wieder Präsentationen im Team und dann immer wieder so ein „Okay, na, aber so

könnten wir zwar technisch oder technologisch, aber so wollen wir eigentlich nicht." Also das war wie so ein iterativer Prozess immer so ein Hin und Her, „So wäre es möglich“, oder teilweise sogar „So wäre es ganz einfach“, oder? Da gab es ja so Lösungen, die wären total einfach gewesen und im Sinn „Oh, ist uns aber eigentlich viel zu heiß“.

- 46 VS: Gibt es da ein Beispiel? Dass man sich vorstellen kann, was da genau gemeint ist?
- 47 T2: Vielleicht eins: Mit dem phonetischen Alphabet. Das war genau so ein Ding, wo wir gesagt haben, da würde es eine einfache Lösungen geben, oder? Aber dazu braucht man wieder ein bisschen mehr technisches Know-how, was da manche Übersetzer wieder nicht gehabt haben. Und das muss man sich dann auch sagen. Also nur, weil es wir jetzt dann intern machen können, heißt das ja noch lange nicht, dass das Übersetzungsbüro dann machen kann. Und wenn der Schritt zum Beispiel jetzt wieder bei uns gelegen wäre, hätten wir wieder mehr Aufwand intern gehabt, wo vielleicht teilweise auch dann die Ressourcen wieder eine Rolle gespielt haben und so war das immer der Ping-Pong, der iterative Prozess, wie die Angelika gesagt hat.
- 48 VS: Und wie viele Personen sind jetzt im Endeffekt für dieses Projekt in der Redaktion zuständig oder arbeiten daran mit?
- 49 T1: Eigentlich ist es de facto jemand von den Cuttern/Cutterinnen, die dann am Ende noch was konfektionieren müssen. Redaktionell wird das Produkt sowieso hergestellt und dann gibt es noch eine Kollegin, die diese Längenangaben kontrolliert. Aber das sind nur mehr Bausteine, die im Laufe vom Nachmittag eigentlich passieren.
- 50 VS: Mussten dafür neue Ressourcen freigemacht werden?
- 51 T1: Ja, sie wurden freigemacht, aber es gibt keine neuen Ressourcen. Wir haben geschaut, wie wir das in bestehende Workflows einbauen können.
- 52 T2: Das war eigentlich wichtig.
- 53 T1: Genau, weil Sie das eben gesagt haben, was so Learnings sind. Für mich das größte Learning ist, wie viele Ideen davon wir verworfen haben. Das ist selten, dass wir das beim Projekt so gemacht haben und dann eben dieses Ressourcenthema, das sich auch immer wieder so verändert hat. Das war eine Zeit lang ganz wenig, dann war das wieder plötzlich irre riesig, weil wir eigentlich inhaltlich auch andere Anforderung hatten und jetzt haben wir es wieder auf was dimensioniert, was machbar ist für uns. Aber das waren schon spannende Schritte, finde ich.

- 54 VS: Herzlichen Dank für den interessanten Austausch.
- 55 T1: Ja, ich finde, so ein Learning ist, wenn ich das Know-how jetzt noch hätte, ich würde viel, viel früher jemanden aus diesem Fachgebiet in das Projekt reinnehmen. Also nämlich wirklich fast von Beginn an, weil wenn man sich das überlegt, das ist jetzt auch ein Kompliment an das Fachgebiet, aber wo man echt sagen müsste, man müsste eigentlich viel, viel früher sagen: „Okay, wir wollen was mit Übersetzungen machen, was auch immer es dann ist.“ Und da finde ich, wäre es schon eigentlich super, wenn da jemand dabei wäre und der mir dann sagt „Hey, Fragestellung hier, Fragestellung da“. Das hätte uns sicher geholfen. Zuerst waren wir es wahrscheinlich zu sehr an der technischen Lösung eigentlich so dran, oder?
- 56 T2: Ja.
- 57 VS: Ja, danke schön. Danke für die Einblicke.
- 58 T1: Ja, sehr gerne.

Interview T3

Gespräch geführt am 11.12.2025, 13 Uhr, online via Zoom

- 1 VS: Zur ersten Frage, da geht es um die berufliche Qualifikation sozusagen und meine Frage lautet: Wie bist du, jetzt in deinem Fall, zur mehrsprachigen Untertitelung in deinem Tätigkeitsbereich gekommen?
- 2 T3: Ich habe 2020 die Leitung der Volksgruppenredaktion des ORF Burgenland übernommen. Die Volksgruppenredaktion des ORF Burgenland ist für alle Volksgruppensendungen des ORF in Österreich zuständig. Das heißt, für alle kroatischen, slowakischen, tschechischen, Roma und ungarischen Sendungen. Die sechste Sendung, die der ORF auch noch sendet, ist slowenisch. Das gehört nicht zu meinem Bereich. Das gehört nach Kärnten beziehungsweise in die Steiermark. Als ich diese Redaktion übernommen habe, war das einfach Teil der Arbeit. Daher gehört auch die Untertitelung der meisten Volksgruppensendungen zu meinem Arbeitsbereich.
- 3 VS: Hast du in deiner akademischen Ausbildung oder in deinem Werdegang irgendwann einmal was mit Untertitelung zu tun gehabt?
- 4 T3: Nein. Ich habe englische Literatur und Kunstgeschichte studiert. In meinem Studium hatte ich damit nichts zu tun. Mein Studium ist aber auch schon lang her, nachdem ich jetzt 57 bin. Seit 1996 arbeite ich im Landesstudio Burgenland als Redakteurin. Ich habe in der deutschsprachigen Redaktion gearbeitet, für Radio Burgenland und für „Burgenland Heute“. Und bin dann relativ schnell, 2000, in die ungarische Redaktion gekommen, aber nur aushilfsweise. Damals hat die tägliche ungarische Nachrichtensendung begonnen, mit dem 1. Jänner 2000, und diese habe ich begonnen. Ich habe das ein halbes Jahr gemacht. Dann habe ich die ungarische Redaktion wieder verlassen. Die Kolleginnen haben die ungarischen Nachrichtensendungen weitergemacht und ich bin dann wieder in den ersten Stock gekommen, der erste Stock ist bei uns die Information. Mit der Untertitelung hatte ich während meiner Arbeit für die ungarische Sendung „Adj' Isten magyarok" zu tun. Diese ist, glaube ich, immer schon untertitelt. Das heißt, da sind alle Beiträge und auch die Moderationen, die auf Ungarisch sind, untertitelt. Jedes Mal, wenn ich dort moderiert habe – und das mache ich mittlerweile seit 20 Jahren – war auch teilweise gewünscht, dass ich die Untertitel anschaue und überprüfe, verbessere. Also insofern ist die Untertitelung seit sicher 20 Jahren Teil meines Arbeitslebens.

- 5 VS: Um jetzt dieses Arbeitsumfeld ein bisschen zu kontextualisieren: Arbeitest du alleine? Arbeitest du im Team? Und in welchem Bereich genau untertitelst du jetzt mehrsprachig?
- 6 T3: Wir arbeiten im Team. Ich habe ein Team von insgesamt 30 plus / minus MitarbeiterInnen, die innerhalb der Volksgruppenredaktion arbeiten. Nicht alle untertiteln. Denn diese Redaktion teilt sich in fünf Teilbereiche auf und vier von ihnen untertiteln. Eine Redaktion untertitelt derzeit noch nicht, das ist die kroatische Redaktion. Da arbeiten wir gerade an einer Untertitelung, die möglicherweise - hoffentlich - nächstes Jahr dann stattfindet. Ich konzentriere mich jetzt also auf die anderen vier Teilbereiche. Das trifft insgesamt vier verschiedene Sendungen derzeit. Das ist die "Adj' Isten"-Sendung, die ungarische Sendung, die Roma-Sendung, die heißt "Romano Dikipe". Die dritte ist die tschechisch-slowakische Sendung, die heißt "České Ozvěny/Slovenské Ozveny". Und die mehrsprachige Sendung "Wir". Diese beinhaltet alle sechs Volksgruppensprachen. So, diese vier untertiteln wir. Willst du vielleicht den Workflow jetzt hören, wie das funktioniert oder ist das eine weitere Frage?
- 7 VS: Jetzt würde ich es noch herausarbeiten im weiteren Teil und wir könnten es am Ende noch mal aufgreifen.
- 8 T3: Ist in Ordnung. Also ich mach das nicht alleine, sondern für jede Sendung ist das ein eigenes Team. Alle Fäden laufen aber bei mir zusammen. Ich mache die Vorkontrolle und ich mache die Endabnahme. Erst wenn ich eine Sendung abgenommen habe, inklusive Untertitel, darf sie auf Sendung gehen.
- 9 VS: Wer definiert bei euch, nach welchen Kriterien, was die Zielgruppe ist? Also für wen untertitelt wird?
- 10 T3: Wir machen diese Volksgruppensendungen weil das ORF-Gesetz es vorschreibt, dass wir für die autochthonen Volksgruppen in Österreich mehrsprachiges Programm anbieten müssen. Es ist so entstanden, dass diese Sendungen historisch untertitelt werden. Warum die auf Deutsch untertitelt werden, da bin ich jetzt ehrlich gesagt überfragt. Also ich habe das schon übernommen, dass sie untertitelt werden. Was damals die Beweggründe waren, kann ich nicht sagen. Vielleicht um allen Menschen in Österreich die Möglichkeit zu geben, diese Sendungen zu verstehen. Die Zielgruppe ist somit vorgegeben, der ORF ist für alle da. Also sind die Zielgruppe alle. Alle, die das ORF-Programm empfangen, sehen und schauen können. Es gibt keine definierte Zielgruppe nur für die Untertitel.

- 11 VS: Wenn ihr jetzt mehrsprachige Information gestaltet, spielt dann bei euch, mit Blick auf die Rezipienten/Rezipientinnen, eine Rolle, wie alt die sind, welchen Bildungsstand die haben, welche Sprachkompetenzen diese Gruppe hat?
- 12 T3: Nicht so detailliert, nein. Die deutschen Untertitel, und wir sprechen jetzt nur über die deutschen Untertitel, haben zwei verschiedene Funktionen bei diesen Sendungen. Erstens, damit alle in Österreich verstehen, worum es geht in diesen Volksgruppensendungen, und zweitens damit alle Hörbehinderte die Chance haben, den Sendungen zu folgen. Und die Sendungen richten sich an alle, das sind keine Sendungen, die dezidiert für Jugendliche sind oder für ältere Personen. Wir denken bei den Untertiteln daran, dass Österreich versteht worum es da geht. Gleichzeitig ist es bei manchen vielleicht auch eine Hilfe, die der Volksgruppensprache nicht mehr so stark mächtig sind. Die deutschen Untertitel helfen ihnen dann, diese volksgruppensprachlichen Programme noch besser zu verstehen. Das ist der zweite Aspekt.
- 13 VS: Ihr bewegt euch da ja in einem besonderen Spannungsfeld, weil du hast es jetzt eben angesprochen, dass diese Sprachen teilweise auch verloren gehen und gleichzeitig aber auch Familiensprachen auf der anderen Seite sind.
- 14 T3: Ich glaube, das ist unterschiedlich. Es gibt sicher Volksgruppen-Familien, wo nicht Deutsch an erster Stelle steht, wo also eine Volksgruppensprache an erster Stelle steht als Familiensprache. Das ist eben unterschiedlich. Es gibt sicherlich auch Familien, wo vielleicht Deutsch an erster Stelle steht und da gibt es sicher ganz, ganz viele Familien, wo beides tatsächlich gleichberechtigt nebeneinander steht als Familiensprache. An die richtet sich das jetzt aber gar nicht so sehr, weil sie dann eh das Wissen und das Verständnis der Volksgruppensprache haben. Ich denke jetzt eher an Personen, wo vielleicht die Eltern oder die Großeltern vielleicht die Volksgruppensprache gesprochen haben und das Enkelkind, das jetzt vielleicht auch schon erwachsen ist, nicht mehr so viel die Sprache spricht, sondern nur mehr ganz, ganz sporadisch oder ganz, ganz wenig, und möchte aber vielleicht wieder einsteigen. Für sie bietet das natürlich auch eine Hilfe.
- 15 VS: Gibt es dann auch Rückmeldungen von dieser Zielgruppe?
- 16 T3: Ja, sicher. Nicht unbedingt auf die Untertitel, sondern eher auf die Sendung. Auf die Art der Untertitel, glaube ich, gab es noch nie eine, ich persönlich kann mich nicht an eine Reaktion erinnern. Aber es gibt schon positive Reaktionen von Menschen, die die Volksgruppensprache nicht sprechen. Von dieser Seite kommt immer wieder eine positive Reaktion: „Na, wie schön, dass diese Sendung untertitelt ist.“ Das schon.

- 17 VS: Habt ihr da mit der Einführung von "Wir", weil das ist ja das jüngste Magazin, eine Veränderung bemerkt, von der Rückmeldungsquote her?
- 18 T3: Ja. Weil das eine Sendung ist, die von vornherein österreichweit ausgestrahlt wird. Alle anderen Volksgruppensendungen sind ja in der Erstaussstrahlung eine regionale Sendung und werden dann erst in der Wiederholung österreichweit ausgestrahlt. "Wir" ist konzipiert und auch von vornherein gedacht als eine österreichweite Sendung. Sie wird österreichweit erstausgestrahlt und auch wiederholt. Also insofern ja. Wir erreichen weit mehr Menschen, vor allem in Westösterreich, also Vorarlberg, Tirol, Salzburg und so, wo üblicherweise unsere Volksgruppenprogramme ja eher selten ankommen. Also erst nur über ORF ON oder nur über die Wiederholung.
- 19 VS: Es gibt ja sehr viele kulturspezifische Idiome und so weiter, die ja gerade in den Volksgruppensprachen auftreten. Wie geht ihr damit um? Welche Entscheidungen in Bezug auf die nicht-sprechende, also auf die deutschsprachige Gemeinschaft sozusagen, trifft ihr? Und gibt es da etwas, wo du im Rückblick sagst, da hätte ich eine Entscheidung anders treffen müssen, damit ist es verständlicher wird?
- 20 T3: Die Untertitel sind oft ein Ringen. Also wie die Untertitelung entsteht und die Übersetzungen ist oft ein Ringen um Verständnis. Und da muss ich jetzt auch deutlich unterscheiden. Von diesen vier Sendungen spreche ich ja nur eine Sprache, nämlich Ungarisch. Die anderen sind mir auch fremd. Also Romani ist mir fremd, Tschechisch ist mir fremd und auch Slowakisch ist mir fremd. Und daher würde ich da unterscheiden. Bei den ungarischen Sendungen tue ich mir leichter, weil ich den ungarischen Text verstehe. Deutsch ist meine zweite Muttersprache. Ich finde da leichter eine Verbindung zwischen den beiden Sprachen. Nicht so schwierig ist es bei den Redakteurstexten, also beim Text, den ein Redakteur schreibt und gestaltet. Da gibt es eigentlich kaum Klärungsbedarf, das sind doch sehr klare Sätze. Schwierig wird es oft bei Interviews, wo es nicht ganz klar ist, wie jemand etwas gemeint hat. Das passiert ja auch im Deutschen genauso, wo man sich nicht sicher ist: Hat er das jetzt so gemeint? Er hat das zwar so gesagt, aber hat er das wirklich gemeint oder hat er nicht vielleicht auch was anderes gemeint, was eher Sinn ergeben würde, wenn man das Interview dann weiter hört. Wortwörtlich übersetzt ergibt das aber vielleicht ganz was anderes. Und da hilft natürlich, wenn man beide Seiten kennt, sowohl das Ungarische als auch das Deutsche. Da reden wir auch viel miteinander. Also die Redakteurin, die das Interview gemacht hat, die den Fernsehbeitrag aufgenommen hat, das Rohmaterial erstellt hat. Da reden wir miteinander: „Du, was glaubst du? Wie hat der denn das gemeint? Du warst ja dabei. Habt ihr dann nachher noch miteinander geredet oder vorher? Weil wenn ich das jetzt so übersetze, könnte man das in die falsche

Kehle bekommen." Es sind aber jetzt nicht wirklich politisch schwerwiegende Themen oder wo es wirklich auf die Nuancen ankommt. Es sind eher so Ausdrücke, wo man nicht genau weiß, wenn jemand etwas von seinem Leben erzählt. Ist das wirklich gemeint in der Vergangenheit oder wollte er das in der Vergangenheit sagen, hat es aber in der Gegenwart gesagt, einfach in dem Erzählmodus, so etwas. Da besprechen wir das miteinander oft, sollte es irgendetwas geben, wo man sich wirklich nicht sicher ist. Unlängst gab es eine Geschichte, wo es um Riednamen ging im südlichen Burgenland. Um alte ungarische Riednamen im südlichen Burgenland, die natürlich einen gewissen Dialekt haben, wenn sie so ausgesprochen werden. Und, einfach akustisch war es total schwer zu verstehen: „Wie heißt denn dieser Riedname jetzt wirklich und wie sollte man das schreiben?" Da gibt es keine schriftlichen Aufzeichnungen. Das ist einfach nur so immer weitergegeben worden. Und da waren wir uns beide, die Redakteurin und ich, auch nicht sicher: „Wie ist das jetzt?" Da rufen wir einfach den Interviewpartner an. Wir kennen sie ja. Und dann wurde einfach Nachsprache gehalten: „Wie übersetzen wir das? Wie würdest du denn das sagen.". Sie sind ja auch Österreicher, also sie sind des Deutschen auch mächtig, „Wie würdet ihr denn das übersetzen?" Wir haben dann entschieden, wir haben es nicht übersetzt. Wir haben dann den ungarischen Namen unter Anführungszeichen in den Untertitel übernommen. Und bei einem, wo es wirklich eine Bedeutung gab, haben wir dann in Klammer einfach geschrieben „Anmerkung" und dann die Übersetzung. Hat das jetzt deine Frage beantwortet? Ich weiß es nicht.

- 21 VS: Ja, ich habe jetzt total interessiert auch gelauscht, weil da ist jetzt auch der Prozess beschrieben worden. Deswegen habe ich jetzt nicht unterbrochen.
- 22 T3: Das eine, das ist das Ungarische. Aber da muss man wirklich unterscheiden. Denn bei den anderen, wo ich auch der Sprache nicht mächtig bin, wie Tschechisch, Slowakisch und Romani, ist es auch jedes Mal ganz anders. Romani ist insofern schwierig, weil das ja auch erst seit kurzem eine schriftliche Sprache ist. Das war jahrzehntelang, jahrhundertlang, nur eine gesprochene Sprache. Und Gott sei Dank sind Teile unserer Redaktion, jene, die damals auch mitgearbeitet haben daran, wie diese Sprache verschriftlicht wurde. Also wir haben die Experten mitten in unserer Redaktion. Und diese Übersetzungen werden dann von ihnen übernommen. Und da geht es eigentlich nur darum, dass ich dann über das Deutsche noch mal drüber fliege. Tschechisch und Slowakisch ist auch teilweise eine Herausforderung, weil da manchmal die Übersetzungen, die mir die Kolleginnen anbieten, so schön blumig sind, dass ich irgendwie nicht ganz sicher bin, ob das nicht zu blumig ist dann im Deutschen und ob man das nicht ein bisschen anders formulieren sollte. Das ist eigentlich

immer ein Prozess. Also bis so ein Beitrag wirklich durch ist mit allen Übersetzungen, dauert sicher eine gute halbe Stunde oder so. Es sind vier, fünf Minuten Beiträge.

- 23 VS: Genau, das wollte ich jetzt sagen. Von wie langen Beiträgen sprechen wir da überhaupt?
- 24 T3: Die Beiträge sind zwischen fünf und sechs Minuten und so ein Durchsprechen der Untertitel dauert sicher pro Beitrag eine gute halbe Stunde im Vorfeld. Dann werden diese Untertitel in unserem ORF-internen Redaktionssystem hineingeschrieben. Also sie werden dann auch so archiviert mit Untertiteln. Die Untertitel werden dann technisch von einem Bildmeister übernommen und auf die jeweils halbstündige Sendung, sozusagen draufgeklebt. Und erst dann, wenn auch dieser Prozess vorbei ist, dann wird die Sendung noch einmal abgespeichert und dann gehe ich noch mal hin auf den Fernsehregieplatz und schaue mir die komplette Sendung mit allen „draufgepickten“ Untertiteln an, ob sie eh alle fehlerfrei sind.
- 25 VS: Berücksichtigt ihr dabei auch Verständlichkeit für Menschen, die jetzt nicht Deutsch als Muttersprache haben und jetzt auch nicht aus den Volksgruppen kommen?
- 26 T3: Nein.
- 27 VS: Du hast es auch selbst angesprochen, dass du schaust, ob das verständlich ist, ob es keine Fehler gibt. Wie definierst du in deiner Arbeit das Kriterium Verständlichkeit? Also welche Kriterien müssen erfüllt sein, damit du es als verständlich wahrnimmst?
- 28 T3: Es muss ein gutes, korrektes Deutsch sein. Es muss korrekt sein. Das ist mal das Um und Auf. Es müssen kurze Sätze sein. Untertitel sind ja maximal zweizeilig. Zu 99 Prozent ist auch jeder Satz maximal zwei Zeilen lang. Er geht also nicht über diese zwei Zeilen hinaus. Also dass nicht sozusagen das nächste Panel den Satz weiterführt. Zu 99 Prozent. Lieber ein Punkt mehr als ein Nebensatz. Und ich schaue immer, dass das Erscheinungsbild der Untertitel kompakt ist, also dass nicht eine der Zeilen sehr viel länger ist als die andere. Sondern dass das immer eher kompakt ist in der Mitte, weil das besser lesbar ist, aus meiner Sicht. Ich glaube, das sind die Kriterien. Also korrektes, gutes, Deutsch natürlich, korrekte Schreibweise und so weiter, korrekte Grammatik. Kurz. Eher Punkt als ein Nebensatz.
- 29 VS: Gibt es...
- 30 T3: Entschuldige. Eins ist noch extrem wichtig, glaube ich, für die Verständlichkeit, weil die meisten hören ja trotzdem das, was gesagt wird, egal ob man die Sprache kennt oder nicht. Es gibt immer so Schlüsselwörter und die müssen dann auch in den Untertiteln vorkommen, sonst verliert man's

nämlich. Das sind Namen, zum Beispiel. Die Namen müssen dann wirklich, in dem Moment, wo sie gesagt werden, auch in den Untertiteln erscheinen, sonst kommt man durcheinander. Oder Titel oder so etwas. Also die, die erkennbar sind. Sie müssen dann auch in den Untertiteln zum selben Moment kommen. Dann baue ich lieber den Satz um, bevor das dann zum Beispiel auf dem nächsten Panel ist. Vielleicht wäre das ein schöneres Deutsch, wenn erst auf dem nächsten Panel das Wort kommen würde. Tue ich aber dann nicht. Dann mache ich lieber zwei der Sätze draus und diese Schlüsselwörter müssen gleichzeitig auch zu sehen und zu hören sein. Das ist Verständnis.

- 31 VS: Es geht jetzt auf jeden Fall zu dem vierten Teilbereich, den Normen, den institutionellen Vorgaben. Es gibt im ORF Leitlinien und Richtlinien für gehörlose und gehörgeschädigte Personen, welche Richtlinien gibt es bei euch in der Untertitelung?
- 32 T3: Es gibt interne Leitlinien, ja. So wie für die Untertitelungsredaktion, die es gibt, die gilt natürlich auch für uns. Ja, natürlich.
- 33 VS: Also ihr greift da sozusagen auf dieselbe Norm, auf dieselbe Leitlinie zurück?
- 34 T3: Natürlich, ja.
- 35 VS: Gibt es beim ORF Spannungsfelder zwischen einem ökonomischen Druck und der Berücksichtigung eurer Ziele, eurer Zielgruppenbedürfnisse?
- 36 T3: In der Volksgruppenredaktion jetzt?
- 37 VS: Genau, generell in deiner Arbeit und eben auch in Bezug auf die Untertitelung.
- 38 T3: Nein. Die Volksgruppenprogramme sind ein öffentlich-rechtlicher Auftrag und dafür hat der ORF das Geld. Und nein, da gibt es keinen Druck, dass jetzt, ich weiß nicht wie viele Millionen Menschen unsere Sendungen sehen müssen. Wir machen das.
- 39 VS: Wie ist das in Bezug auf Zeit?
- 40 T3: Es braucht natürlich mehr Zeit, bis man eine Sendung auch komplett untertitelt, aber die wird einfach einberechnet in die Arbeitszeit. Das ist einfach so. Ein Beitrag, der untertitelt wird, dauert die halbe/dreiviertel Stunde oder Stunde länger.
- 41 VS: Alle Personen, die bei euch untertiteln, sind für euch Angestellte in den Redaktionen?
- 42 T3: Nein. Es sind auch freie Mitarbeiter teilweise. Der ORF hat Angestellte und freie Mitarbeiter als Redakteure. Es ist unterschiedlich. Manche sind angestellt, manche sind freie Mitarbeiter.

- 43 VS: Es hat ja in der letzten Zeit sehr viele technische Veränderungen gegeben und so weiter, arbeitet ihr jetzt mit neuen technischen Tools, die euch neue Handlungsrahmen auferlegen?
- 44 T3: Du meinst so etwas wie KI-Tools, Übersetzungstools oder so? Jein. Es gibt ORF-interne. Das sind KI-unterstützte Möglichkeiten, der Transkription zum Beispiel, auch der Übersetzung und so weiter. Was toll ist, aber sie sind nicht für die Volksgruppensprachen geeignet, weil diese teilweise so eigen sind, dass die KI sie nicht kennt. Die KI kann nicht Burgenlandkroatisch, die KI kann nicht Romani. Das können nur wir und beziehungsweise die Menschen, die das sprechen. Und da gibt es einfach diese technische Möglichkeit nicht. Ungarisch, ja, kann man nehmen. Das wird für die redaktionelle Arbeit vielleicht für Transkriptionen oder so verwendet, dass man dann ein Interview ins Ungarische transkribieren lässt. Die Übersetzungen sind teilweise so schlecht, dass man das nicht macht. Also manche nehmen das vielleicht am Anfang zur Hilfe, aber letzten Endes ist das Prinzip immer "human in the loop". Also es muss immer eine Person dabei sein, die das abnimmt. Und teilweise ist es schlicht und einfach schneller, wenn man es selber macht.
- 45 VS: Okay. Ja, damit wäre ich jetzt meine Fragenkatalog sozusagen durch. Gibt es jetzt von deiner Seite noch Anmerkungen oder Ergänzungen, wo du sagst, die wären in diesem Zusammenhang relevant, haben wir aber jetzt noch nicht besprochen?
- 46 T3: Ich fand das voll interessant, wie du gefragt hast, wer eigentlich das Zielpublikum ist und wie weit wir auf das Zielpublikum eingehen. Ich überlege gerade, ob da noch irgendetwas Wichtiges ... Ich glaube, wirklich wichtig ist, dass jeder Beitrag in der Volksgruppenredaktion tatsächlich auf zwei Sprachen, quasi doppelt entsteht, nämlich von Anfang an. Also, dass diese Untertitel nicht erst dazukommen: „Sendung fertig, wird untitled", so wie in der Untertitelungsredaktion. Die kriegen eine fertige Sendung und dann machen sie die Untertitel. Sondern hier entsteht tatsächlich jeder Beitrag quasi doppelt. Also bevor man zum Schnitt geht, gibt es schon den zukünftigen Untertitel. Das ist, glaube ich, ein anderer Ansatz, sozusagen, von Anfang an. Deswegen hat da die Volksgruppenredaktion einen komplett anderen Alleinstellungsmerkmal.
- 47 VS: Vielleicht greife ich jetzt noch mal kurz etwas auf, was du vorhin erwähnt hast, weil mir das gerade noch mal einfällt: dass ihr auf Kroatisch jetzt auch versucht, Untertitel einzuführen. Was ist da die Schwierigkeit bisher?
- 48 T3: Die Schwierigkeit ist, dass wir sehr viele Sendungen haben, nämlich jede Woche. Also hier geht es auch einfach darum, dass man die Ressourcen freischaufeln muss. Lange Zeit haben wir auch gehofft, dass wir in irgendeiner Weise eine technische Unterstützung bekommen könnten denn da

gehen wir einfach einen neuen Weg. Also das versuchen wir jetzt, weil wir jetzt damit anfangen, dass wir zwei Untertitel anbieten. Wir wollen eine deutsche Untertitelung anbieten und wir wollen eine burgenlandkroatische Untertitelung anbieten. Also dass wir das ausweiten und zwar optional. Also dass wir in Zukunft im Internet die kroatische Sendung anbieten ohne Untertitel zum Anschauen. Dann eine Version mit deutschen Untertiteln, die man dazuschalten kann und eine Version mit burgenlandkroatischen Untertiteln die man dazuschalten kann. Das wäre ein neuer Weg und das täten wir gerne nächstes Jahr auf die Reihe bringen. Wir sind schon sehr weit. Es geht nur mehr um die technischen Lösungen. Das wäre was Neues.

- 49 VS: Also technische Lösung jetzt in Bezug auf, wie man es dann ausspielen kann?
- 50 T3: Genau. Eine technische Lösung, wie man es ausspielen kann und wie man als Zuschauer/Zuschauerin dazukommt, dass man es dazuschaltet. Geht das über die Teletext-Seite? Geht das über ORF On, dass wir es nur über ORF On anbieten? Das sind so die Fragen jetzt. Aber nicht in der Entstehung. In der Entstehung entstehen diese Texte in der Redaktion, so wie bei den anderen auch.
- 51 VS: Und letzte Frage: Gibt es da dann eine Zusammenarbeit auch mit der ORF-internen Untertitelungsredaktion in Wien oder bleibt das bei euch in der Volksgruppenredaktion?
- 52 T3: Wir arbeiten zusammen. Also die „Wir“-Sendung zum Beispiel, da machen wir nur die Vorarbeit, also nur die Information und den deutschen Text. Und all dieses technische Zeug übernimmt dann die Untertitelungsredaktion. Also da ist die Zusammenarbeit. Bei den anderen machen es noch nur wir, weil das einfach lokale Sendungen sind. Aber WIR ist eben eine nationale Sendung. Und bei der kroatischen Redaktion sind wir eigentlich total im Gespräch gerade, wie wir das miteinander machen könnten, welche Hilfe wir bekommen könnten, was könnten sie uns quasi mitgeben. Aber technisch geht es immer um die Zusammenarbeit.
- 53 VS: Danke. Ich stoppe jetzt unsere Aufzeichnung.

Interview T4

Gespräch geführt am 23.12.2025, 11 Uhr, online via Zoom

- 1 VS: Erzählen Sie von Ihrem beruflichen Werdegang beziehungsweise Ihrem Weg hin zum Bereich, wo Sie jetzt mit Untertitelung zu tun haben.
- 2 T4: Ich habe jetzt nicht eine spezifische Ausbildung, was den Barrierefreiheitsbereich betrifft. Ich habe Publizistik und Kommunikation studiert und habe währenddessen als Studentenjob angefangen in der Untertitelung im ORF als Assistent. Und nach ein paar Jahren war ich dann Redakteur und ich glaube, jetzt seit 2021 stellvertretender Leiter unter verschiedenen Leitern mittlerweile. Das ist eigentlich mein grober beruflicher Wert gegangen. Ich bin seit 2008 insgesamt beim ORF in der Untertitelung.
- 3 VS: Und wie darf man sich so diesen Beginn als Assistentenstelle vorstellen? Was genau war da die Zuständigkeit?
- 4 T4: Es hat sich ein bisschen geändert in der Zeit, sagen wir mal so. Wir haben noch immer redaktionelle Programmassistenten, ist der Titel oder heißen diese Jobs eigentlich, das machen bei uns noch immer, Studenten eigentlich. Also zu meiner Zeit ging es darum, wirklich von den Redaktionen, also von der ZIB-Redaktion oder von jeder Sendung, hinzulaufen zu den Schnittplätzen und die Texte und Videos aufzunehmen. Das heißt, man ist in den Schnittplatz gegangen mit einem Diktiergerät, hat den aktuellen Beitrag für die ZIB zum Beispiel aufgezeichnet, also noch bevor er fertig war zum Teil, weil die Redakteurinnen und Redakteur haben zwar Texte gehabt damals noch, also was ist grob drinnen, aber da haben natürlich die OTs, also so nennen wir das, diese Interviewpassagen, oder sonst was gefehlt. Und die haben wir dann aufgezeichnet, den möglichst schnellen Redakteurinnen und Redakteur gebracht, damit die den Untertitel ... Die haben das dann abgespielt und du hast Untertitel gemacht.
- 5 VS: Das ist spannend.
- 6 T4: Das hat auch Sammler geheißen eigentlich, oder heißt es noch immer. Einfach aus dem Grund, weil man wirklich physisch durchs Haus gelaufen ist und die kleinen Beiträge zusammengesammelt hat, damit man dann eine Sendung zusammenstellen kann für die Untertitel. Zusätzlich hat man dann schon auch ein bisschen Aufsicht gehabt darüber, dass vorbereitete Untertitel auf Sendung gehen. Man hat während der Sendung die Untertitel reingespielt, sozusagen. Das heißt, man hat ja, zum Beispiel, in der Zeit im Bild die Untertitel vorbereitet und definiert dann genau, wann geht der rein,

wann geht der raus. Das Ganze ist ja live abgewickelt. Und das ist auch eine Aufgabe, die noch immer die Assistenten haben bei uns.

7 VS: Okay.

8 T4: Also mittlerweile hat sich der Job insofern verändert, weil heutzutage hat jeder Zugriff auf die Videos schon, sobald sie fertig sind. Das heißt, wir brauchen nicht mehr herumlaufen und die Sachen holen oder aufzeichnen auf Diktiergeräten, sondern haben Zugriff auf die Videos. Das heißt, dieses herumlaufen fällt weg, aber es ist dafür eben das Live-Senden von den Untertiteln, was unsere Assistenten noch machen und die Programmaufsicht. Dadurch, dass wir jetzt mittlerweile viel, viel, viel, viel mehr vorbereitete Untertitel spielen, als jetzt zu meinen Anfangszeiten, muss auch drauf geschaut werden, dass da alles passt, dass da keine Fehler sind, die das verhindern, dass die vorbereiteten Untertitel automatisch rausgespielt werden.

9 VS: Was ist jetzt Ihr derzeitiger Zuständigkeitsbereich?

10 T4: Mein Zuständigkeitsbereich ist ganz wo anders. Nach dieser Tätigkeit war ich dann lange Redakteur, also Live-Untertitel-Redakteur. Das heißt, ich weiß nicht, inwieweit Sie vertraut sind mit den Arbeitsweisen.

11 VS: Mehr oder weniger.

12 T4: Na ja, gut. Ich meine, grundsätzlich gibt es ja vorbereitete Untertitel. Das heißt, ich kriege ein Video von einer Serie, Film oder sonst was und habe eigentlich Zeit, genau zu definieren im Programm, okay, da kommt der Untertitel rein, dann schreibe ich den Untertitel, dann kommt der raus und so weiter. Das kann ich alles schon im Vorhinein machen. Das ist dann eine Datei, die spiele ich in eine Datenbank und das wird automatisch rausgespielt, wenn die Sendung beginnt. Dann gibt es halt Semi-Live-Sendungen. Das heißt, wie eine Zeit im Bild. Das heißt, die wird live abgewickelt, aber wir haben sehr wohl schon vorher die Texte und die Videos zum Großteil bis auf die Live-Passagen. Das heißt, wenn es wirklich ein Interview ist oder in der ZIB 2 oder wir mit Korrespondenten reden. Die werden halt respeaked, nennt man das. Ich diktiere das dem Computer über ein Spracherkennungsprogramm, lese mir das durch, bessere Fehler aus und schicks auf Sendung. Und dann gibt es komplett Live-Sendungen wie Parlament, also Politik oder Sport, viel natürlich, wo wenig bis gar nichts vorzubereiten ist und wo man dann wirklich sich abwechselt, dass man das praktisch live-respeaked, das heißt, durchgehend zuhört, kompakt zusammenfasst, diktiert, ausbessert und auf Sendung schickt. Und das habe ich jetzt eigentlich die Zeit davor gemacht, also bis 2021, 2022. Und dann eben stellvertretender Leiter, das heißt nicht mehr wirklich viel in der

wirklichen Untertitelproduktion, sondern mehr Organisation. Das heißt, Dienstpläne und alles, was dazugehört rundherum an administrativen Sachen.

- 13 VS: Ist die Untertitelung in allen ihren Facetten, wie es jetzt dargestellt worden ist, eine Einzelarbeit im ORF oder Teamarbeit?
- 14 T4: Absolute Teamarbeit. Ich sag mal, Live-Untertitel, also das komplett live, das geht sowieso nur mindestens zu zweit, weil nach 20 bis 30 Minuten wird man müde, sowohl geistig als auch die Stimme wird müde. Das merkt man dann wirklich am Output, was der Computer erkennt und man merkt einfach, das ist anstrengend. Das heißt, da muss man sich auf jeden Fall abwechseln und eben auch jede Semi-Live-Sendung wie der Zeit im Bild oder so wird mindestens zu zweit abgewickelt. Das heißt, es ist zumindest jemand da, der die Untertitel sendet. Es ist zumindest jemand da, der auch noch im Hintergrund mitarbeitet, der in die Sendung läuft. Das ist absolute Teamarbeit und das ist eins der schönen Sachen.
- 15 VS: Wir reden da jetzt aber hauptsächlich von deutschsprachigen Untertiteln für deutschsprachiges Programm?
- 16 T4: Genau. Was anderes machen wir auch kaum.
- 17 VS: Kaum heißt, aber es gibt trotzdem ein paar mehrsprachige Untertitel.
- 18 T4: Nicht im Fernsehen generell. Was wir schon teilweise machen, ist Dienstleistungen innerhalb des Hauses, englische Untertitel für Einreichungen bei Preisen oder sonstige Sachen, wo es Bedarf gibt oder was wir schon auch machen. Nein, die Untertitel sind eigentlich sonst immer auf Deutsch. Was es schon gibt, ist, dass es fremdsprachige Sendungen gibt, also gerade so Volksgruppensendungen, wo wir aber trotzdem deutsche Untertitel machen.
- 19 VS: Bei den Volksgruppensendungen ist ja quasi mehrsprachige Untertitelung in dem Sinn vorhanden, als dass dann eben eine andere Sprache ins Deutsche übersetzt wird.
- 20 T4: Genau.
- 21 VS: Das aber auch von den ORF-Redakteurinnen und Redakteuren mitgestaltet wird?
- 22 T4: Es kommt jetzt drauf an. Ja, von ORF-Redakteuren. Ja, natürlich von den jeweiligen Volksgruppenredaktionen, aber die machen die Übersetzung. Das heißt, wir übersetzen so eigentlich nicht.

- 23 VS: Okay, das war jetzt einmal der erste Bereich. Dann will ich gleich übergehen in den zweiten, wo wir eh schon mit den Volksgruppen auch angedockt haben. Wer definiert beim ORF, nach welchen Kriterien, was die Zielgruppe für die Untertitelung ist?
- 24 T4: Die Zielgruppe für die Untertitelung? Na ja, ich meine, es ist schwierig einzugrenzen, die Zielgruppe, weil einerseits natürlich ganz klar ist der Auftrag für Gehörlose und Schwerhörige. Das ist natürlich auch definiert durch Barrierefreiheit, durch gesetzliche Vorgaben und so weiter. Aber ich meine, definieren... Das Problem ist, eigentlich ist es uns egal, weil wir müssen es zur Verfügung stellen. Also Barrierefreiheit ist halt etwas, was heutzutage auch mittlerweile selbstverständlich ist im Medienbereich. Und wir wissen aber sehr wohl, dass Untertitel auch verwendet werden für Menschen, die Deutsch lernen möchten oder gerade jetzt auch mit dem Konsum jetzt unterwegs am Handy oder in der U-Bahn, dass da einfach eingeblendete Untertitel hilfreich sein können, wenn ich jetzt nicht gerade Kopfhörer aufhabe oder laut jetzt den Ton haben möchte. Und dann ist das auch etwas, was wir praktisch mitbringen, aber wo jetzt nicht gesagt ist, okay, das ist die Zielgruppe in dem Sinn. Das kommt mit sozusagen.
- 25 VS: Und weil jetzt schon das Schlüsselwort für Deutsch lernen da gefallen ist: Spielt da eine Rolle, welches Alter, Bildungsstand, welche Sprachkompetenz potenzielle Zielgruppe der Untertitelung hat? Oder sagt man, es wird einfach eben allgemein gestaltet?
- 26 T4: Die Kompetenz... Also wir klassifizieren es jetzt nicht nach irgendwelchen Spracheinteilungen. Was wir natürlich schon grundsätzlich machen, weil es ist immer so, dass jeder Mensch langsamer liest, als er hören kann. Und das heißt, wenn man wirklich eins zu eins, was auch oft eine Forderung war, das habe ich auch schon länger nicht mehr gehört, von der gehörlosen Community zum Beispiel, ist, wir möchten unbedingt eins zu eins Untertitel. Das heißt, ohne Kürzungen, ohne Veränderung. Und da gibt es Leute, die das möchten, aber das bieten wir, abgesehen von einem Versuch, eigentlich nicht an, weil das wirklich schwer zu lesen ist in vielen Fällen. Das heißt, es gibt ja auch viele Gehörlose, früher vor allem jetzt, wo die schulische Ausbildung jetzt auch nicht so überragend war. Wir müssen einkürzen, damit wir überhaupt etwas rüberbringen können. Insofern ist es eine leichte Vereinfachung, aber ich würde jetzt nicht sagen, dass das irgendwie eingeteilt ist in Sprachkompetenz.
- 27 VS: Das heißt, Rückmeldung der Zielgruppe, der intendierten Zielgruppe, die jetzt in dem Fall vor allem eben gehörlose und hörgeschädigte Menschen sind, gibt es schon. Also, Gibt es einen Austausch mit der Zielgruppe?

- 28 T4: Es gibt einen sehr intensiven Austausch. Zweimal im Jahr kommen wir zusammen mit Expertinnen und Experten, wo Vertreter von verschiedenen Behindertenorganisationen auch zusammenkommen und wo intensiv ausgetauscht wird, was deren Wünsche und Sachen sind und wo wir präsentieren, was wir vorhaben die nächste Zeit. Es gibt einen Aktionsplan, den wir jedes Jahr vorlegen müssen, wo genau festgehalten wird, was die nächsten Schritte sein werden. Es gibt einen gesetzlichen Auftrag. Das heißt, bis 2030 müssen 100 Prozent des Programms untertitelt sein auf allen Sendern. Wir sind intensiv im Austausch, regelmäßig im Austausch und sind auch gesetzlich dazu angehalten.
- 29 VS: Okay, dann gehen wir weiter. Für die gehörlosen Community vielleicht spielt das eine andere Rolle, aber da ich mich eben ja mit mehrsprachigen Untertiteln auseinandersetze, ist das eine wichtige Frage, vor allem wenn man jetzt die Volksgruppenredaktionen auch nochmal in den Blick nimmt, gibt es ja sehr viele Kulturspezifika in der deutschen Sprache. Gibt es da sprachliche Entscheidungen, die in Bezug auf bestimmte Zielgruppen oder auch in der Untertitelung für Gehörlose/Gehörgeschädigte anders getroffen werden müssen?
- 30 T4: Warum sollten die anders getroffen werden sollen?
- 31 VS: Um den Untertitel verständlicher zu machen ... Gibt es Strategien, wie man mit Kulturspezifika und Idiomen umgeht oder die man im Rückblick dann vielleicht auch anders treffen muss oder so?
- 32 T4: Lass mich mal kurz nachdenken, was da hineinfallen könnte. Also festgelegt oder so ist jetzt nichts in die Richtung.
- 33 VS: Ok, also das spielt jetzt in dem Fall weniger eine Rolle?
- 34 T4: Eigentlich nicht, nein.
- 35 VS: Und wenn man jetzt diese Bedürfnisse der DaZ-Lernenden noch einmal in den Vordergrund rückt, spielt Verständlichkeit für nicht-muttersprachliche Rezipienten eine Rolle in der Untertitelungspraxis?
- 36 T4: Spezifisch jetzt nicht, nein. Was wir machen, ist, wir versuchen, möglichst verständlich und klar strukturierte Untertitel herzustellen. Ich meine, es läuft automatisch mehr oder weniger. Ich sage jetzt, Werner Kogler zum Beispiel von den Grünen damals, hat unglaubliche Schachtelsätze produziert, die nie ein Ende hatten. Da ist es dann schon Aufgabe des Untertitlers, das auch in der Live-Situation in halbwegs verständliche, kurze, prägnante Sätze umzuformulieren, sodass man das A lesen kann und B einigermaßen mitkriegt, um was es geht. Also, ja, es funktioniert. Es wird

natürlich eingegriffen in den Text, aber das funktioniert mehr oder weniger automatisch einfach durch die Vorgabe, dass es verständlich sein muss und kürzer und prägnanter.

- 37 VS: Dazu anknüpfend die Frage: Wie wird das Kriterium Verständlichkeit genau definiert oder wie wird es im ORF definiert?
- 38 T4: Eine fixe Definition gibt es auch da nicht. Es ist hier auch Aufgabe des jeweiligen Redakteurs, der Redakteurin, verständlich und grammatikalisch richtige Untertitel herzustellen, auch egal was gesagt wird in dem Sinne. Es gibt ja oft Interviews, wo Leute jetzt nicht in klaren Sätzen oder einfach strukturiert Sätze bilden und wir müssen trotzdem schauen, dass das irgendwie halbwegs lesbar ist.
- 39 VS: Gibt es jetzt seitens des ORF eine institutionelle Vorgabe, Untertitelungsnorm, eine Leitlinie?
- 40 T4: Ja, klar. Wir sind auch im Austausch mit unseren deutschsprachigen öffentlichrechtlichen Kolleginnen und Kollegen. Wir haben auch einmal im Jahr ein Treffen irgendwo in Deutschland, Schweiz oder in Österreich, wo wir uns austauschen, wo wir Neuerungen uns präsentieren. Und dazu gehört auch, dass wir einheitliche Standards haben. Das heißt, weil wir ja auch einen gewissen Austausch haben an Untertiteln. Das heißt, ein deutsches und schweizer und österreichisches Programm, das sind ja oft Filme oder Serien oder sonst, dass die sowohl in dem einen als auch in dem anderen Land gespielt werden. Und damit man die austauschen kann, ohne die jetzt großartig überarbeiten zu müssen, hilft es natürlich, wenn man Standards hat. Das heißt, sowohl was Lesegeschwindigkeit angeht, Farben, Erkennung, Sprecherkennung...
- 41 VS: Gibt es in der Untertitelung also Spannungsfelder zwischen ökonomischen Druck und der Berücksichtigung der Zielgruppenbedürfnisse, wie auch immer die dann eben aussehen? Ist das beim ORF ein Thema?
- 42 T4: Ja, natürlich. Irgendwie in gewisser Weise schon. Wie schon erwähnt, bis 2030 müssen wir 100 Prozent Untertitel anbieten. Wir sind eine relativ große Redaktion. Wir sind über 40 Menschen und wir schaffen jetzt, wo wir auch an Zulieferer viel Programm ausgeben, also nicht live, aber wir im Haus machen hauptsächlich Live- und Semi-Live-Sendungen, weil alles andere können praktisch andere Dienstleister uns zuliefern. Und so kommen wir jetzt insgesamt... Also wenn wir alle fünf Sender, also ORF1, 2, 3, ORF Kids, ORF Sport+, zusammennimmt, sind wir jetzt bei 65 Prozent ungefähr des Programms, das untertitelt ist. Um den Ausbau zu schaffen bis 2030, würde das bedeuten, dass wir praktisch doppelt so viel Leute brauchen. Und das ist unrealistisch und das wird es nicht spielen. Also sind wir jetzt in unseren ersten Versuchen auch was automatische Untertitel angeht. Das heißt, KI generierte Live-Untertitel oder vorbereitete Untertitel, was aber ausdrücklich

jetzt nicht gedacht ist, um vorhandenes Programm billiger oder schlechter zu untertiteln, sondern den Ausbau irgendwie schaffen zu können. Also zum Beispiel Sport+, da sendet ja rund um die Uhr Sport, irgendwelche Sachen. Um das abzudecken, bräuchte man unglaublich viele Menschen. Und da haben wir erste Gehversuche, das auch live untertiteln zu lassen.

43 VS: Beeinflussen diese technischen Tools, die es gibt, eben auch mit Blick auf KI, den Handlungsrahmen in Hinblick auf die Untertitelung?

44 T4: Bis jetzt ist es ein hilfreiches Werkzeug auch oft. Also gerade die Möglichkeiten automatische Transkripte herzustellen oder transkribieren zu lassen, kann bei einfachen Dokumentationen oder so sehr recht hilfreich sein. Das heißt, dort wo einfach ein ausgebildeter Sprecher einen Text liest, das ist für eine KI oder für Onlineprogramme recht einfach zu transkribieren. Und das nutzen wir natürlich auch. Das heißt, man muss jetzt nicht mehr jedes Wort tippen, sondern man kann schon mal ein Transkript sich besagen. Das erleichtert diese Arbeit. Im Live-Betrieb ist es jetzt noch nicht.

45 VS: Wie wird da gearbeitet? Mit einer ORF-internen KI, die programmiert wurde oder erarbeitet wird?

46 T4: Genau.

47 VS: Okay. Ja, das war jetzt im Großen und Ganzen eigentlich schon mein wissenschaftlicher Fragebogen. Gibt es von Ihrer Seite noch Anmerkungen jetzt spezifisch zu diesem Thema, wo Sie sagen, das haben wir jetzt noch nicht besprochen und das wäre aber in diesem Zusammenhang noch wichtig zu erwähnen? Also eben, wenn man jetzt die Untertitelung hernimmt und noch mal einen Blick auf die Zielgruppe annimmt und technische Veränderungen in der Gegenwart vielleicht auch noch mal berücksichtigt.

48 T4: Ich finde diese ersten Versuche mit automatischen Untertiteln spannend, weil es auch zeigt, wie viel besser menschengemachte Untertitel sind. Das ist das, was wir jetzt gerade auch mitkriegen, was auch das Feedback von der Community ist. Wir sind froh über jeden Untertitel, den es zusätzlich gibt, sagen wir mal so, weil auch die Vertreter durchaus klar ist, dass man nicht unendlich Menschen einstellen kann für diese Arbeit. Ich bin gespannt, wie es in der Zukunft aussieht. Ich meine, es wird spannend. Was auch noch zu erwähnen wäre meiner Meinung nach... Ich meine, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind zum Großteil ausgebildete Dolmetscherinnen, was einfach den Vorteil hat in diesem Live-Arbeiten: Ich höre zu, ich spreche währenddessen, ich höre trotzdem weiter zu. Gut, ich spare mir das Übersetzen, aber dazu muss ich Fehler ausbessern. Das ist halt

relativ anstrengende und geistig intensive Arbeit. Und da sind wir eigentlich bis jetzt gut gefahren mit ausgebildeten Dolmetscherinnen und Dolmetschern.

- 49 VS: Da habe ich jetzt in dem Zusammenhang noch kurz eine Nachfrage. Und zwar, es wird in den Redaktionen, also wenn ich jetzt die ZIB-Redaktion hernehme, ZIB TikTok zum Beispiel, da wird ja auch teilweise untertitelt. Werden da die selben Kriterien angewendet oder ist das außer Konkurrenz?
- 50 T4: Unterschiedlich. TikTok und so Sachen sind, glaube ich, außer Konkurrenz. Damit haben wir nichts zu tun. Ich glaube nicht, dass die selben Kriterien dort angewendet werden. Was wir schon machen, ist: Auf der blauen Seite auf ORF.at, haben wir jetzt viele Videos, diese kleinen Ausschnitte aus diversen Sendungen und so weiter, Interviewpassagen... Also es ist jetzt sehr viel videolastiger geworden, das Ganze, sowohl auf ORF.at, als auch auf FM4.at, Ö3 und YouTube. Da gibt es auch einige Kanäle, die bespielt werden von ORF-Redaktionen. Und da schauen wir, dass wir möglichst auch involviert sind und uns darum kümmern, dass das nach unseren oder nach guten Kriterien, sagen wir mal, untertitelt wird und das ist ein Bereich, der sich in den letzten Jahren quasi vergrößert hat, also gerade der Online-Bereich.
- 51 VS: Wird das dann auch für mehrsprachige Dinge relevant?
- 52 T4: Teilweise, ja. Aber uns ist es einfach wichtig, dass der barrierefreie Zugang nicht nur im Fernsehen, sondern auch online möglich ist. Und das ist ein großes Projekt, weil es relativ viel ist, dass da täglich neu dazukommt. Ja, das beschäftigt uns auch ganz gut. Der Vorteil ist, was die Stand- und Lesezeiten angeht, kann man ein bisschen flexibler sein bei online, unserer Meinung nach, weil man immer noch die Möglichkeit hat, zurückzugehen, wenn man jetzt etwas auf die Schnelle oder wenn man eine Zahl überlesen hat oder sonst was, was im Fernsehen jetzt nicht so leicht möglich ist. Es sind vielleicht die härteren Kriterien beim Fernsehen.
- 53 VS: Das heißt, diese Vorgabe, dass das Programm bis 2030 vollständig untertitelt werden muss, bezieht sich zwar auf die Sender, aber alles, was online jetzt passiert und neu dazugekommen ist mit YouTube et cetera, wird mitgedacht.
- 54 T4: Es ist jetzt so im Gesetz nicht explizit erwähnt, aber wir gehen davon aus, sagen wir mal so. Unser Ziel ist es schon, alles, was online ist, auch mit Untertiteln und barrierefrei zu versehen. Ja, das ist ein Ziel. Mal schauen, ob wir es schaffen.
- 55 VS: Ja, dann sage ich Dankeschön.

56 T4: Ja, gerne.

Interview T5

Gespräch geführt am 18.12.2025, 11 Uhr, online via Zoom

- 1 VS: Starten wir damit, dass Du kurz erzählst: Was ist dein beruflicher akademischer Werdegang? Wie bist Du zur mehrsprachigen Untertitelung auch gekommen?
- 2 T5: Also ich habe eigentlich Journalismus studiert an zwei Lokalisationen. Also begonnen habe ich es in Sarajevo auf der Universität. Da hat es nämlich das Studium der Journalistik gegeben, das dann den zweiten Studienabschnitt auf der Donau-Uni in Krems ermöglicht hat, die eigentlich eine Weiterbildungsuniversität ist. Und das Studium hat dann geheißen Europäische Journalismusakademie, wo recht praxisbezogen Journalismus gelernt wurde und ich war so happy, dass ich damals wirklich so ziemlich hands-on lernen durfte von den besten Journalisten im deutschsprachigen Raum. Und da waren wir sehr nahe an den Anwendungen und haben auch begonnen damals eben, Radio und Fernsehen, also neben Schreiben natürlich. Und da durfte ich dann auch ziemlich schnell recht viel Praxis mir aneignen und auch Praktika machen. Und da war ich eben beim ORF, ZIB 1, ZIB 2 und dann auch bei der Austria Presseagentur im außenpolitischen Ressort und habe eigentlich immer wieder mit den verschiedenen Sprachen und auch, weil ich selber eben BKS und auch dort begonnen habe zu studieren und hier auch Deutsch gelernt. An sich habe ich Deutsch in der Schule gelernt, aber das ist so ein Niveau, wo man dann recht wenig anfangen kann. Aber in Österreich habe ich dann noch mehr gelernt und konnte sozusagen als außerordentlicher Hörer - früher war das so, nämlich du konntest nicht dich inskribieren, wenn du nicht auf einem bestimmten Niveau bist mit der Sprache. Mittlerweile hat sich das auch geändert, weil eben viele auch fremdsprachigen Ausbildungsmöglichkeiten es gibt. Aber eben auf der Universität Linz habe ich das gemacht, also diese Universitätssprachprüfung. Und das heißt, man hat dann immer mit der Sprache irgendwie zu tun und sei es eben als Fremdsprachiger in diesem Land oder umgekehrt, wenn man dann sagt, okay, man will etwas über die Communities, sei es jetzt Ex-Yu oder dann ist es natürlich schön, wenn man dann so ein Programm erstellt, wo dann die Sprache zu hören ist, aber man versteht es. Und das war sozusagen auch ein Wunsch, auch bei OKTO, wo ich dann begonnen habe. Aber gehen wir noch zum Akademischen. Ich habe dann eben in Krems so einen Abschluss, ich glaube, das heißt dann Master of Arts im Bereich Journalismus dann gemacht und im Anschluss ...
- 3 VS: Das heißt, Du hast in Linz diese Deutsch...
- 4 T5: Genau, das war meine Zwischenstation, weil ich bin nämlich aus Sarajevo zuerst nach Linz.

- 5 VS: Und dann in Krems hast Du das Studium fertig gemacht.
- 6 T5: Genau. Also das sind so die drei Stationen von Sarajevo. Linz aber war eher so eine Zwischenstation. Da habe ich eben diese Universitätssprachprüfung. Und weil es dort auf der Uni keine Publizistik oder derartigen gibt. Das ist eher so eine technisch-lastige Universität. Sie haben auch Wirtschaft, mittlerweile vielleicht auch andere Zweige, aber damals war es recht wirtschaftstechnisch orientiert. Wegen der Voestalpine, zum Beispiel Mechatronik, Mathematik. Und ich war auch dort kurz inskribiert, aber eben nicht im Fach. Also es war dann Mathematik. Genau, und während des Studiums, wie gesagt, einige Praktika, unter anderem mit dem ORF und APA. Und dann nach dem Abschluss habe ich dann für eine internationale Kultur- und Bildungs- und Medienwerkstatt gearbeitet. Mit jungen Menschen aus unterschiedlichen Kulturen. Das heißt, die Sprache war wieder ein Thema, aber nicht nur, also Medien vor allem, Integration auch. Und da haben wir auch sämtliche Produktionen in unterschiedlichen Sprachen gemacht und auch immer versucht, nicht nur zu untertiteln, sondern auch einfach, wie geht dann die Erzählung, wenn sie multilingual oder multikulturell ist. Vor allem die Idee von Interface, so hieß die Organisation, war einerseits Integration, also Jugendliche aus unterschiedlichen Kulturen zusammen, mit den österreichischen sowieso, aber auch ein bisschen eine Horizonterweiterung. Das heißt, wenn ich da neu bin und nicht weiß, was es für Möglichkeiten gibt, möchte ich mir ein bisschen ausprobieren, bevor ich mich da orientiere, ob ich dann studiere oder ob ich dann arbeite. Und da war wirklich so eine sehr schöne Werkstatt, die viel ermöglicht hat, weil ich dann nach wie vor in Kontakt mit vielen damals Jugendlichen, mittlerweile auch 40-Jährigen, die dann - oder 30, Ende 30, Anfang 40, Mitte 40 - die dann auch in Medienbranche oder auch Kultur, Kunst... Es war wirklich eine interessante Geschichte und hat mich auch geprägt und unter anderem auch vorbereitet auf dem Weg zum OKTO, weil wir immer auf der Suche waren nach Plattformen, die ermöglichen, diese tollen Produktionen dann zu veröffentlichen. Früher gab es ja keinen YouTube, gab es auch keine sozialen Medien. Es gab eben hier in Österreich den Österreichischen Rundfunk. Privatmedien kamen erst dann später, also so '98, die ersten Privatradios. Das heißt, in den 90er hatte man ja auch kaum Möglichkeit zu partizipieren in den Medien. Und das war so ein bisschen auch die Idee, also einerseits der Prozess an sich, also die Produktionen und Einbindung von jungen Menschen, aber vor allem eben, dass sie zusammenkommen. Aber auch das, was entsteht, war wichtig auch zu präsentieren und möglichst eben vielen Menschen, dass das auch ein positives Signal in die Gesellschaft... Weil meistens ist es so, Bad News are Good News. Man hört eher oder sieht auch, vor allem jetzt auch in sozialen Medien wird ja auch sehr viel Negatives und auch zu Recht oder auch dann wieder zu Unrecht, weil es entstehen ja auch Bilder und Klischees und die wird man dann auch recht schwer los, aber dass es

eben Menschen, die anders sind, auch was Positives leisten und so ein positives Licht auf die Themen und Sprachen und Nationalitäten wirft. Genau, das war immer der Wunsch und das ist uns auch gelungen, im Radiobereich mit dem, damals so eine Experimentellradio, 1476 auf Mittelwelle. Und dann später wurde dann, nicht jetzt aus dem, aber aus verschiedensten Gruppen, auch Radio Orange, also der erste partizipative Radiosender in Österreich. Ist auch mittlerweile fast 27 Jahre her. Und da haben wir auch Sendungen gemacht mit Jugendlichen und im Bereich eben visuell. Wir haben immer so Kurzfilme gemacht, dann im Kino oder halt so Leute eingeladen. Aber in Richtung Fernsehen ging es dann mit dem DIV. Das war der Vorläufer, nicht jetzt von OKTO, aber sozusagen im Telekabel eine Stunde jeden Tag, wo Menschen wie du und ich Fernsehen gemacht haben. Und wir haben uns da auch beteiligt mit Produktionen, Interviews, Berichte von Konzerten, wo junge Menschen einfach hingegangen sind.

7 VS: War das dann schon untertitelt?

8 T5: Ja, ich glaube, mich jetzt erinnern zu können. Also es gab Jugendliche, die dann zu Konzerten von türkischen, bosnischen, serbischen Künstlern gegangen sind und haben das dann gemacht und haben es dann auch untertitelt. Also auch damals schon.

9 VS: Okay.

10 T5: Weil die Logik ...

11 VS: Ja, die Logik?

12 T5: Wenn ich jetzt nur meine Herkunft nehme und die Art, wie dort fremdsprachige Filme, also die waren auch nicht synchronisiert und für mich war es ganz normal Untertitel zu sehen und zu konsumieren.

13 VS: Du kommst aus einem sogenannten Untertitelungsland, ja?

14 T5: Ganz genau. Aber ich glaube, es lag nicht nur an mir, sondern auch an dem Bedürfnis, dass die Sprache, in der gesprochen wird, für die Communities hier zugänglich gemacht wird und aber auch darüber hinaus die Öffnung für alle anderen, die die Sprache nicht können. Also sozusagen immer aus dieser Perspektive. Das heißt, die haben eine Muttersprache oder jeder Mensch hat eine Muttersprache und Bedürfnis, in der auch bestimmte Gespräche zu führen, auch eben mediale Produktionen zu konsumieren, aber auch zu präsentieren. Und eben nicht dann auszuschließen, dass andere dabei verstehen und auch wollen können, war toll, eben auch Untertitel zu generieren beziehungsweise sie auch mitzuliefern. Genau, das ist eigentlich der Ursprung. Das Weitere kam

dann einfach mit dem, dass ich dann von Interface zu OKTO dazu kam und dann die Entwicklung, die wir hier vorangetrieben haben mit verschiedenen Communities und mit den Möglichkeiten, die wir hatten und die wir noch immer haben und die mal eben weniger, mal mehr genutzt werden und je nachdem, je nach Ressourcen. Es ist auch oft leider so, dass dieser Bereich einfach nicht gefördert wird.

- 15 VS: Genau, darauf kommen wir noch zurück.
- 16 T5: Ja. Wenn ich abschweife, bring mich zum Punkt!
- 17 VS: Dass wir den ersten Teil noch abschließen. Was ist jetzt ganz konkret in ein/zwei Sätzen Dein Aufgaben- beziehungsweise Zuständigkeitsbereich bei OKTO und in Bezug auf Untertitelung?
- 18 T5: Ja, das hat sich auch im Laufe der Zeit verändert. Aber im Moment ist es, ich bin dann zuständige Programmchef, wenn man es so haben will. Oder man nennt es auch Redaktionsleitung, obwohl wir eigentlich jetzt keine Redaktion im Sinne wie ein herkömmlicher Sender quasi aufgebaut ist, dass wir dann Journalistinnen/Journalisten haben im Haus, die wir dann überall hinschicken. Sondern eben von dem Auftrag, den OKTO hatte und noch immer hat, sozusagen verschiedene Gruppen, Produzenten, Communities zu betreuen, was das auch immer dann heißt, aber da zu sein, um eben das Programm in einer Form in die Öffentlichkeit zu schicken, dass das dann auch angenommen wird. Weil so eben viel Unterschiedliches zusammenkommt. Das heißt, ich bin zuständig für Programm.
- 19 VS: Untertitelst Du auch selbst oder betreust Du nur die Menschen, die untertiteln? Also in welchem Bereich?
- 20 T5: Ich untertitle ganz wenig, aber ich schließe nicht aus, weil immer wieder man dazukommt, vor allem jetzt in letzter Zeit für den Social-Media-Bereich, wo wir dann auch recht viel mit KI. Aber natürlich dann in der Endverantwortung muss man dann selber noch einmal drübergehen. Genau. Aber wie gesagt, in den letzten zwei, drei Jahren hat sich auch vieles verändert, auch durch die KI.
- 21 VS: Das kommt auch noch. Ja. Und letzte Frage zu diesem ersten Teil: Arbeitest Du, wenn Du mit Untertiteln arbeitest, eher alleine oder im Team?
- 22 T5: Ich habe immer gern, wenn die Leute drüberschauen, weil man selber sozusagen etwas übersehen oder überhören kann. Genau aus dem Grund habe ich immer gern den double-check, aber manchmal geht das nicht, ist nicht drin und ist auch okay, weil ich glaube, Social Media verzeiht auch viel mehr, als das jetzt, sage ich jetzt mal, im herkömmlichen Sinne Fernsehen. Wobei, es

verschiebt sich jetzt auch recht viel. Wir haben auch viel mehr Rückmeldung über Social Media als über das Programm. Das ist auch eine Entwicklung von den Medien, in einem Wandel, wo sich recht viel verschiebt.

- 23 VS: Wenn wir jetzt einen Schritt weitergehen, und zwar: Wer sind die Menschen, für die untertitelt wird? Wer definiert bei OKTO nach welchen Kriterien, was die Zielgruppe ist für das Programm, für ein gewisses Programm?
- 24 T5: Genau. Also die meisten Konzepte und dann eben Sendereien entstehen in dieser Logik, dass es jemanden gibt, der mal die Idee hat, die uns dann auch durch ein Konzept nahelegt und sagt: „Okay, ich bin der Thomas Muster und möchte diese Idee realisieren.“ Und wir sagen dann: „Toll. Oder da gibt es ein Bedürfnis nachzuschärfen, Konzept und leg los.“ Und dann ist in diesem Konzept auch meistens die Frage: „Was ist dein Zielpublikum? Wen willst du erreichen?“ Und da wird dann schon auch noch mal überlegt, von beiden Seiten: „Ist das so? Wieso ist das so? Und wie kann man diese Gruppe erreichen?“, überlegt sich vor allem eben derjenige, der die Idee hat. Wir versuchen dann, nur ein bisschen so eine Orientierung zu bieten, weil eben wir halt auch nicht wie ein herkömmlicher Sender, der überlegt: „Okay, wie können wir dann durchgehen, die Leute an der Aufmerksamkeit halten?“ Wir können es jetzt nicht, weil wir eben unterschiedliches Programm haben, können es natürlich versuchen, dass zum Beispiel, wenn jetzt Afrika TV läuft und gegen Ende dann ein Hinweis auf das nächste Programm läuft oder dass es so eine Überleitung gibt. Das ist sehr schwierig in unserem Fall. Deswegen versuchen wir auch zu sagen, wir sind ein Sender zum Auf- und Abdrehen, also zu sagen, dass man sagt, okay, es gibt dann so Punkte, die wollen wir, dass es in dieser Vielfalt stattfinden und die sind schwierig dann zu vermischen. Also im Sinne von, dass wir jetzt sagen: „Bitte, Alexis, wenn du dann die Sendung abmoderierst, sagst, dass es dann weitergeht mit dem und dem Thema und dann Überleitung machst.“, sondern es gibt so Elemente im Fernsehen, mit denen wir dann diese Pausen füllen oder diese Überleitungen machen.
- 25 VS: Aber in Bezug auf die Untertitelung, gibt es da eine Definition? Oder ich stelle die nächste Frage: Welche Rolle spielen Alter, Bildungsstand, Sprachkompetenz der Zielgruppe für die Untertitelgestaltung? Also wenn ihr wisst, ihr habt das im Programm, das unter Titel gehört? Welche Rolle spielen dann auch all diese Komponenten?
- 26 T5: Da ist es schwer. Man kann eher sagen, dass es so aus dem Bedürfnis heraus, jemandem zu erreichen oder die Zielgruppe zu bedienen, ist wichtig oder weniger wichtig oder gar nicht. Sozusagen, dass jemand, der sich ein Konzept für Barrierefreiheit... Also da ist es sehr stark, weil

das ist jetzt gerade auch aktuell, dass wir drei Formate haben in dem Bereich, wo das einfach ein fixer Bestandteil ist. Da gibt es kein naja oder nein, sondern wir machen es. Und dann eben so ein paar wie jetzt Latino TV, wo es auch recht von dem abhängt, ob es Ressourcen dafür gibt oder ob die KI komplett mitspielt oder gar nicht oder eben in der Mitte. Das heißt, da ist man wirklich jetzt so angehalten an die Möglichkeiten. Konzeptuell war bei vielen oder ist es immer so, dass sie alle natürlich möglichst viele Leute erreichen wollen mit den Themen, die sie machen. Das heißt, konzeptuell ist für viele, wir wollen möglichst alle erreichen und damit auch quasi Untertitel und in unserer Sprache, aber zusätzlich mit Untertitel. Das war bei vielen fremdsprachigen Sendereihen in der Konzeptionsphase immer einer der wichtigsten auch Merkmale, dass man sozusagen für alle und integrativ und eben Multisprachen und multikulturell in die Öffentlichkeit gehen will. Mal ist es gut gegangen, mal nicht so gut. Das wollte ich sagen, weil das eben von Ressourcen abhängt.

- 27 VS: Du hast das jetzt vorher schon ein bisschen angesprochen, was die Zielgruppen auch zurückmelden. Was melden Sie denn wirklich zurück? Also habt ihr auch die Untertitel-Rückmeldungen oder nicht?
- 28 T5: Wir haben da und dort auch Menschen, die uns schreiben: „Na toll, dass es das gibt. Also vor allem diese Möglichkeit, dass man da eben Einblicke bekommt in andere Kulturen.“ Und ja, wie gesagt, ich glaube, dass das auch recht viel jetzt über die kurzen Trailer, weil die dann beworben werden in Social Media, und da habe ich jetzt auch nicht so zu allem Zugang. Aber ich glaube, dass das Feedback mehr in diesem Bereich stattfindet, als jetzt, dass es per E-Mail gemeldet wird und dass wir das dann mitbekommen.
- 29 VS: Wenn man jetzt diese Zielgruppe noch genauer anschaut, es gibt ja ganz viele Kulturspezifika, also Dinge, die es in Österreich gibt, die jetzt in anderen Kulturen vom Konzept her gar nicht so vorkommen.
- 30 T5: So Fachwörter.
- 31 VS: Ja genau. Gibt es in dem Umgang mit diesen Kulturspezifika und Idiomen, dass manchmal Entscheidungen, die man dann auch ändern muss im Rückblick?
- 32 T5: Also Entscheidungen, unser Job besteht aus eben Entscheidungen: Welches Bild nehme ich mir jetzt für einen Beitrag? Welchen Text? Also es ist dauernd. Man ist so an einem Laufband, wo es dann im Journalismus, aber auch jetzt, sage ich jetzt mal, insbesondere in dem Bereich, dass ist dann bei der Untertitelung, wo du sozusagen, je nach Schnitt auch manchmal dann die Untertitelung dann auch entscheidest, also dass du die dann auch timest so oder dass du sagst: „Okay, ist es dir jetzt

wichtiger, dass dann eben Beschreibung stattfindet oder dass die Leute mitkommen?" Da musst du eigentlich dauernd in einem Abtasteverfahren entscheiden: „Was geht sich, was geht sich nicht aus?" Weißt du? Dieses, soll ich jetzt mehr aufschreiben oder eben bewusst auslassen, auch wenn die Leute dann nicht verstehen, um was es geht, aber wenigstens die Möglichkeit haben, weiterzugehen, weil wenn du dann zu viel Info anbietest, kann es auch schlecht sein. Es ist sozusagen wirklich schwierig. Aber natürlich versuchen wir zu vereinfachen und auch in dem [unverständlich]. Und vielleicht schaut sich da noch wer anderer an. Das war, wo man recht viel noch analog gearbeitet hat und ohne Hilfe der KI. Das waren Prozesse, ja. Die sind jetzt wahrscheinlich nicht mehr so in der Form zu sehen. Außer natürlich, man macht so, diese Tandems gab es da, wo die Leute dann... Du schreibst was, das schaut sich dann wer anderer an und man korrigiert sich gegenseitig. Das fand ich sehr gut und fruchtbar, weil so hat man auch viel gelernt, glaube ich, voneinander.

33 VS: Und wenn man jetzt das noch ein bisschen weiterspinnt, wenn man sagt, welche Bedürfnisse von Menschen, die Deutsch als Fremdsprache, Deutsch als Zweitsprache lernen, werden berücksichtigt? Welche Rolle spielt Verständlichkeit?

34 T5: Jetzt in Bezug aufs Programm, oder?

35 VS: Auf die Untertitelung.

36 T5: Auf die Untertitelung...

37 VS: Ganz viele Menschen, die dieses Programm sehen, haben ja Deutsch als Fremdsprache. Welche Rolle spielt das für das Kriterium Verständlichkeit? Was ist Verständlichkeit?

38 T5: Ich glaube, dass es auch für die hiesige Bevölkerung, wenn man jetzt die Untertitel folgt und sieht, okay, das ist für mich verständlich, das ist es klar, dass es eine große Rolle spielt, weil außer du kannst beide Sprachen, dann ist es vielleicht nicht so wichtig, weil du sozusagen bist ja immer so ein bisschen am kontrollieren, "Ist es das?" Aber du verstehst es. Du kannst es folgen, wenn du Spanisch und Deutsch kannst. Anders wird es, wenn du wirklich komplett die Sprache nicht verstehst und die Verständlichkeit der Untertitelung eine Diffuse ist oder nicht so quasi klar, dann ist es normal, dass das enorm eine Rolle spielt. Je nach Rezipienten und sozusagen auch ... Es gibt ja auch Literatur, wo du das Gefühl hast: „Okay, ich muss es noch einmal übersetzen für mich." Und ich glaube, in den Programmen, die wir jetzt hier anbieten, großteils sind das wirklich auch aus dem Alltag Themen, die jetzt nicht so hoch gegriffen werden, außer natürlich diese Projekte, wie Edukundo. Es gibt Projekte, da gibt es schon viele neue Informationen. Da reden wir jetzt nicht von der Regel, dass da auf OKTO nur solche Produktionen laufen. Gott sei Dank gibt es sie, das ist auch

wichtig für verschiedenste Communities, für verschiedenste Sprachen, in die da diese Produktion übersetzt worden ist. Das ist ein tolles Projekt, aber es ist jetzt nicht ein normales Projekt.

- 39 VS: Aber du hast es vorhin ja auch angesprochen: Partizipation. Wie wichtig sind mehrsprachige Untertitel für die Teilhabe auch? Dass man sagt: Man hat jetzt etwas verständlich gemacht und dadurch kann der Mensch, der das Programm jetzt gesehen hat, der den Untertitel gelesen hat, mehr an der Gesellschaft teilnehmen. Wie wichtig findest Du da Untertitel?
- 40 T5: Wieder abhängig von den Inhalten. Ich würde nicht sagen, dass jede Sendung, die auf OKTO gespielt wird, unbedingt Untertitel gehört, aber viele, die dann Infos, Service und auch Einblicke in die Kulturen und in interessante Bräuche, Traditionen geben, schaffen ein Verständnis für das Miteinander. Einmal hat ein Produzent hier, der im Studio lang Themen, europäische Themen und vor allem eben europapolitische Fragen dann aufgegriffen hat und in Gesprächsform; Er hat dann gesagt, so was wie: „Es ist höchst interessant, dass Gruppen, die sich nie in einem Park begegnen würden und miteinander ins Gespräch kommen wären, hier gemeinsam Programm machen.“ Das ist schon immer so ein schöner Satz. Und die sich halt hier schon auch treffen und zum Teil auch sich helfen, nicht jetzt am Schnittpunkt, im Studio oder eben durch eventuell auch Tipps, so wie du jetzt sagst, „Wie erfahre ich? Wie kann ich den Untertitel machen?“ Das sehe ich bei dem anderen und fühle mich dann ein bisschen auch angesprochen und denke mir dann: „Aha, vielleicht ist es auch gut, dass ich das mache oder vielleicht mache ich die Inhalte, die dann übersetzt gehören.“
- 41 VS: Und welche Rolle spielen jetzt sogenannte institutionelle Vorgaben? Gibt es bei OKTO interne Leitlinien oder Normen für die Zielgruppenorientierung?
- 42 T5: Ja, also OKTO hat ja Richtlinien, aufgrund von derer auch gehandelt wird. Auch da muss man es verstehen, dass es dann aufgrund von Ressourcen oder bedingten Ressourcen auch mal besser geht, mal schlechter. Aber sein Sprachrohr für Communities, aber auch als Impulsgeber für die Vielfalt in der Stadt und sozusagen am Puls der Zeit auch abzuhören, wie die Gesellschaft oder sozusagen dieser "Purpose", die Gesellschaft und nicht sozusagen jetzt einzelne Komponenten. Um auf das Ganze zu schauen, ist so was natürlich in den Richtlinien auch festgehalten, dass man sich bemüht, in dem Bereich auch mehr Sprachen zu ermöglichen, aber auch nicht Leute auszuschließen. Und das meint man auch mit Untertitelung, weil damit reicht man auch möglichst dann viel mehr. Das ist in den Richtlinien eigentlich festgeschrieben. Das ist ein fünfseitiges Dokument, auf unserer Webseite auch downzuladen. Wurde, wie gesagt, vor mehr als 20 Jahren geschrieben und ein

bisschen angepasst, aber eigentlich ist es in der Ursprungsform verständlich und wir handeln nach wie vor in diesen Methoden.

- 43 VS: Stichwort Ressourcen. Gibt es Spannungsfelder zwischen ökonomischem Druck und Berücksichtigung der Zielgruppe?
- 44 T5: Ja, einfach gesagt. Aber wenn man jetzt noch ergänzen will, wir haben, ich kann mich jetzt erinnern. Also komplett von der Entstehung von OKTO hatten wir eigentlich auch einige Kooperationen. Die waren immer auf der Suche nach Möglichkeiten, die natürlich auch wenig kosten sollen oder kaum Kosten verursachen, was natürlich auch schwierig ist. Das ist uns gelungen, die Kooperation mit dem Institut für Translationswissenschaften. Da sind wir auch stolz. Aber auch ein paar kleinere Firmen, Institute, mit denen auch Community selbst. Also zum Beispiel, wenn ich jetzt da das Konkrete anspreche, die ex-jugoslawische Community, da gab es mit einem Sprachinstitut oder mit eigentlich eher so einer Sprachschule, die dort die Menschen, die dann, also nicht die Studenten, sondern die Lehrende dann auch übersetzt haben für das Format. Also sozusagen, das ist auch auf der Ebene. Jetzt habe ich mir ein bisschen so verloren...
- 45 VS: Ich habe das so verstanden, dass es auch Kooperationen braucht.
- 46 T5: Genau. Also einerseits Kooperationen. Wir hatten eben Projekte wie Edukundo, aber es gab so eine Sendereihe "bUnternehmen", die wurde über die verschiedensten Unternehmen in Wien, die von der Wirtschaftskammer, glaube ich, gefördert wurde, und da durften wir in zwei, drei Sprachen jeweils eine Folge oder mehrere Folgen von dieser Sendereihe untertiteln und da waren halt Leute wirklich dann korrekt bezahlt auch. Also wir sind hier eher gezwungen nach Alternativen, also nicht konkret quasi, es gibt Übersetzer und Menschen, die das fachlich auch nicht nur übersetzen, sondern auch untertiteln können. Das sind eher so Ausnahmen gewesen. Also hauptsächlich waren wir eigentlich mehr oder weniger gebunden an diese Kooperation. Das war sozusagen die Hauptquelle.
- 47 VS: Das heißt, zusammengefasst, ihr habt über die Kooperation, eben auch mit dem ZTW und so weiter, die Möglichkeit, wirklich auf Menschen mit akademisch professionellem Hintergrund zurückzugreifen, habt aber auf der anderen Seite das Problem, dass eben die Bezahlung immer ein großes Thema ist?
- 48 T5: Ja, genau. Wir haben sogar gestartet damals, das als Praktika oder der große Teil der Praktikanten haben einfach das gemacht und haben dann dafür ein Zeugnis bekommen, also für diese Praxis, die sie bei uns gemacht haben. Und dann haben wir auch begonnen, auch so ein bisschen was zu zahlen, also eine Aufwandsentschädigung für diese Zeit. Wir haben uns da auch entwickelt, aber natürlich,

Möglichkeiten nach oben, klar. Es war nie sozusagen eine Domäne, so wie wenn ich jetzt sage, okay, Videoproduktion, weil ohne Videoproduktion gibt es keine Untertitelung, sozusagen. Also, dass man sagt, man investiert zuerst in die Kameras und dann erst in den Computer, der das untertiteln kann. Aber klar, in der Prioritätsstufe. Aber es war uns wichtig und für manche Projekte sogar mehr, also wie Edukundo, dass man da noch eben Leute dann ins Team holt.

- 49 VS: Ich möchte jetzt noch zu dem, was Du am Anfang gesagt hast, anknüpfen, und zwar: Beeinflussen technische Tools den Handlungsrahmen und wie hat sich das auch verändert?
- 50 T5: Unbedingt. Die technischen Tools waren immer eine Unterstützung, aber es können Probleme entstehen. Wenn du jetzt ein Tool hast, wir haben nämlich mit verschiedenen gearbeitet und ich war dann recht froh, wo wir dieses Annotation Edit damals gekauft haben. Mittlerweile arbeiten wir auch nicht mit dem. Wir haben so Ups und Downs erlebt.
- 51 VS: Womit arbeitet ihr jetzt?
- 52 T5: Ich meine, wir passen die Sachen an, weil du sozusagen jetzt Transkription mit Adobe machst und wir arbeiten mittlerweile nicht mehr mit Annotation Edit, heute transkribierst du mit Adobe und automatischer Spracherkennung. Arbeite inzwischen viel mit KI, weil sie mir hilft. Z.B. einmal chinesisches Programm mit einfache KI bearbeitet und Native hat gesagt, es passt. Andererseits bei spanischer Moderation hat Kollege, der Spanisch kann schon angemerkt, dass da einiges nicht so war, wie man es erwarten würde
- 53 VS: Das wäre jetzt meine Letzte Frage, Möchtest Du noch etwas ergänzen?
- 54 T5: Ich glaube, wir haben eh alles ausführlich besprochen.
- 55 VS: Danke Dir!

Interview T6

Gespräch geführt am 16.12.2015, 10:40 Uhr, online via Zoom

- 1 VS: Schildere mir bitte kurz, wie dein beruflicher Werdegang war oder dein akademischer Hintergrund ist. Wie bist du zur mehrsprachigen Untertitelung gekommen?
- 2 T6: Ich bin in Russland aufgewachsen und dann habe ich habe Deutsch gelernt, weil ich meinen Mann kennengelernt habe. Also eigentlich ungeplant, das Ganze. Dann bin ich nach Österreich umgezogen und wusste gar nicht, was ich jetzt so mache. Dann habe ich mit Translationsstudium begonnen, weil ich immer schauspielern wollte und war eigentlich beruflich irgendwie schwierig, irgendwas zu finden, Fuß zu fassen als Ausländerin. Und dann habe ich unter anderem über die Universität, durch das Studium, immer wieder Projekte bekommen.
- 3 VS: Was genau war das?
- 4 T6: Bitte?
- 5 VS: Was genau war das? Bei OKTO?
- 6 T6: Ach so, das von UNDOK, diese Videos waren das Projekt für Ausländerinnen, die von Arbeitgebern ausgebeutet werden und dass man ihnen quasi so Sozialvideos als Werbung oder so Kennenlernvideos, dass sie sich dann an UNDOK wenden können, weil sie sich nicht direkt an die Arbeiterkammer wenden können, sozusagen, weil sie halt kein Deutsch können und so. Und UNDOK kümmert sich darum. Und so, das war unter anderem eines. Oder durch meine Tätigkeit als freiberufliche Translatorin bin ich seit ein paar Jahren auch in Moskau, also in einem Übersetzungsbüro in Russland tätig und immer wieder durch diese Translationstätigkeit, also durch das Studium, mehr oder weniger.
- 7 VS: Dann schon nächste Frage: Was genau war dein Zuständigkeitsbereich jetzt bei dem Projekt oder in der Untertitelung, die du bis jetzt gemacht hast?
- 8 T6: Okay. Na ja, manche Personen aus dem Video haben nicht so gut Deutsch gesprochen und das war Englisch und Deutsch und so. Ich musste das adaptieren noch zusätzlich. Nicht nur übersetzen, sondern überhaupt einmal auf Deutsch normal zusammenfassen, was da gemeint ist, weil die haben dann geswitcht auf Englisch und dann wieder Deutsch und manches ausgelassen. Also so wirklich lektorieren, so ein bisschen in dem Sinne auch und halt übersetzen danach auf Russisch. Und vielleicht auch manche Sachen auslassen, natürlich, die dann nicht mehr so Relevanz haben, und formatieren von diesen Untertiteln. Und ich war eigentlich nicht vom Fach. Ich wusste nicht, wie

das sich gehört. Und das habe ich mir alles selber beigebracht durch Recherche und so, weil niemand die Zeit sich genommen hat, mir das zu erklären. Und dann habe ich die eingereicht.

9 VS: in welchem Bereich hast du jetzt mehrsprachig untertitelt?

10 T6: Ja, Russisch, Deutsch, Englisch. Also Deutsch, Englisch, Russisch, so. Englisch war auch, ja.

11 VS: Hast du alleine oder im Team gearbeitet?

12 T6: Alleine.

13 VS: Und was hast du gemeint: Du hast dir das selbst alles erarbeitet?

14 T6: Weil ich dann das hingeschickt habe und sie haben dann gesagt: „Das passt nicht. Es gibt eigentlich gewisse Regeln.“ Dann habe ich alles recherchiert und alles neu gemacht, mehr oder weniger. Was ich mir hätte erspart, hätten sie mir sofort erklärt, wie sie das haben wollen.

15 VS: Wer hat in dem Fall definiert, nach welchen Kriterien definiert, was die Zielgruppe ist? Hast du dir das selbst gemacht? Hast du das vorher schon erfahren?

16 T6: Kurze Info habe ich bekommen über diese Organisation und dass das auf der Homepage dann gepostet wird. Habe ich schon eine Info gehabt.

17 VS: Welche Rolle hat das für dich gespielt: Alter, Bildungsstand, Sprachkompetenz von den Menschen, die dann die Untertitel auch wieder lesen, die du erstellt hast?

18 T6: Ich habe es so versucht, irgendwie universal zu übersetzen, dass für alle verständlich ist. Ich habe natürlich dann Begrifflichkeiten extra definiert, wie Arbeiterkammer, Arbeitsmarktservice, Magistrat 35, das, was eher österreichisch-spezifisch ist, weil es war jetzt keine Hochfachsprache, was da vor gekommen ist. Nein, würde nicht sagen, nein.

19 VS: Gab es eine direkte Interaktion mit deiner Zielgruppe? Hast du eine Rückmeldung bekommen?

20 T6: Nein. Nein.

21 VS: Das heißt, wenn ich dir die Frage stelle, was melden die intendierten Zielgruppen zurück, dann sagst du?

22 T6: Ich habe die Videos meiner Familie geschickt, weil sie kein Deutsch können, wenn das gilt. Nur weil ich ihnen mitteilen wollte: „Schauts, ich mache mal bei so einem Projekt mit und das ist voll cool“, und dann haben sie mir applaudiert und das war's.

- 23 VS: Okay.
- 24 T6: Aber jetzt, wenn jetzt das Relevanz hat, weil jetzt, ich bin ja bei einer Kabarettistin jetzt, und ich mache das selber und dann passe ich schon wesentlich an alles. Also das sind auch ganz viele Untertiteln, die sie jetzt machen. Aber das ist halt ein anderes Projekt.
- 25 VS: Du hast vorher gesagt, du hast so Begriffe angepasst, wie Arbeiterkammer und so weiter. Gab es Übersetzungsentscheidungen oder Untertitelungsentscheidungen, wo du jetzt im Rückblick sagst, das hätte ich noch anders auf die Zielgruppe zuschneiden müssen oder das müsste man allgemein anders, also welche Entscheidungen...
- 26 T6: Nein, ich glaube, ich habe das gut gelöst. Ich habe das dann ein paar Monate später noch einmal angeschaut und das war, finde ich, gut. Also ich war mit dem Ergebnisse zufrieden.
- 27 VS: Würdest du sagen, dass du auch selbst irgendwie Teil der Zielgruppe sozusagen bist?
- 28 T6: Ja. Auf jeden Fall, zumindest wenn ich das gewusst hätte vor ein paar Jahren, wo ich nicht so gut Deutsch konnte, wäre es schon sehr hilfreich gewesen, so ein Video gesehen zu haben. Jetzt nicht mehr, aber in irgendeiner Form schon.
- 29 VS: Spielt Verständlichkeit für nicht-muttersprachliche RezipientInnen eine Rolle in der Arbeitspraxis?
- 30 T6: Ja, sicher. Ich glaube schon.
- 31 VS: Was ist dann Verständlichkeit? Wie definierst du in deiner Arbeit Verständlichkeit?
- 32 T6: Wenn sie dann die Tools anwenden können, dann haben sie es verstanden. Und wenn sie das nicht anwenden können, dann hat das Ganze keinen Sinn, sozusagen.
- 33 VS: Ja, und woher weißt du das?
- 34 T6: Da muss ich ja schon reden mit denen. Aber meine Familie hat sie ja verstanden, von dem her. Wären sie in Österreich und wären sie davon betroffen, sie hätten was in der Hand, was sie damit machen können, an wen sie sich wenden können. Also schon.
- 35 VS: Okay. dann komme ich jetzt zu dem Bereich, wo es noch mal um diese institutionellen Vorgaben geht. Hast du mit einer bestimmten Leitlinie oder Norm bezüglich der Zielgruppe gearbeitet?
- 36 T6: Nur das, was ich mir selbst recherchiert habe.

- 37 VS: Wo hast du recherchiert oder was hast du genau recherchiert?
- 38 T6: Weiß ich nicht mehr. Ich habe googelt halt... ChatGPT... Und dann, der hat mir dann geschrieben, der Typ vom Projekt, dass die Untertitel sollen nur zweizeilig sein und die untere Zeile soll – jetzt habe ich vergessen – kleiner oder größer sein. Vielleicht weißt du das besser.
- 39 VS: Länger ist es.
- 40 T6: Voll und nicht kürzer als zwei Sekunden oder so? Ja, das war es.
- 41 VS: Hattest du Schwierigkeiten - weil das Russische weist ja kyrillische Schriftzeichen auf - auch von der technischen Umsetzung her?
- 42 T6: Nein, nicht wirklich. Damit kann man schon irgendwie arbeiten. Das war okay, weil Deutsch ist auch lang. Also die Begriffe, die Wörter sind, diese ineinander zusammengefügte Wörter sind auch lang. Das ist schon ähnlich. Ein bisschen anders, aber ...
- 43 VS: Also der Computer hat die Sprachcodes ausarbeiten können und so?
- 44 T6: Nein, ich habe alles selber getippt eigentlich. Ich habe nur von Tools Spracheingabe für mich selbst verwendet, weil die haben so schlecht Deutsch und Englisch geredet. Das war unmöglich, damit irgendwas zu nutzen. Und dann habe ich einfach mit Spracherkennung gearbeitet, dass ich schnell eintipp ... Das war das Einzige.
- 45 VS: Mit welchem Tool hast du gearbeitet, um dann die Untertitel auch abzugeben?
- 46 T6: Mit Editor. Wie heißt dieser? Ich muss nachschauen kurz, wie das heißt. Diese Dateien, die man dann einfach in Doc-Datei, dieser Code, habe ich hier so getippt und die Minutenangabe und fertig. Also keine extra Tools. Mit Handy habe ich Spracherkennung gemacht. Dann habe ich am PC, dass in einer Docs-Datei... Editor-Datei, genau. Nein! VLC habe ich mir dann runtergeladen, weil mit normalem Video-Player konnte man irgendwie ... Hat nicht gepasst, der Format oder so.
- 47 VS: Okay. Wenn ich es jetzt richtig verstehe oder zusammenfasse, du hast schon auch ein bisschen einen Mehraufwand dadurch auch noch gehabt, dass du dich mit der Technik auch noch auseinandersetzen hast müssen.
- 48 T6: Ja, fix. Und dann habe ich ihnen auch gesagt: „Leute, das war eigentlich viel mehr Arbeit als es von Anfang an gesagt worden ist, in der Beschreibung.“ Aber sie wollten trotzdem nicht mehr zahlen.

- 49 VS: Beeinflussen technische Tools deinen Handlungsrahmen?
- 50 T6: Sicher, ja. Und ich habe ja Transkripte. Das war es auch. Ich habe ja Transkripte bekommen, mit denen ich hätte arbeiten sollen, aber die haben mit dem Video nicht gepasst. Und dann hätte ich mir überhaupt diese Transkripte gespart, weil ich musste mir das alles trotzdem selber anhören und selber erkennen. Irgendwie, es war nicht einmal als Orientierung sinnvoll. Das war einfach komplett sinnlos. Ich habe das... ja, komisch.
- 51 VS: Hast du denen das gesagt?
- 52 T6: Nein, die haben mir wenig geantwortet, nie Feedback gegeben und habe mir gedacht: „Passt schon.“
- 53 VS: Hast du das Geld jetzt schon bekommen?
- 54 T6: Ja, ich habe dann natürlich Geld bekommen, bevor ich fertig war. Und die haben sich ewig nicht rückgemeldet und das Projekt hat sich gezogen und gezogen und gezogen. Irgendwann waren sie dann endlich fertig und irgendwann haben sie mir Geld überwiesen, Gott sei Dank. Aber alles hat sich gezogen. Sie haben irgendwie sich überschätzt mit Projektplanung.
- 55 VS: Zusammenfassend noch die Frage: Gibt es Spannungsfelder zwischen ökonomischem Druck und Berücksichtigung der Zielgruppenbedürfnisse?
- 56 T6: Schon, irgendwie schon wahrscheinlich.
- 57 VS: Okay, danke. Glaubst du, dass es zu dem Thema noch irgendeine Anmerkung gibt, wo du sagst, das wäre vielleicht relevant, wenn man das in die Arbeit noch hinein nimmt? Es geht darum, wie die Leute, die die Untertitel machen, mit der Zielgruppe interagieren oder was sie von der Zielgruppe wissen.
- 58 T6: Vielleicht so ein kleines Handout oder so wäre schon sinnvoll. Kommt auf die Zielgruppe drauf an. Ja, schon. Wäre schon vielleicht sinnvoll.
- 59 VS: Vielen Dank!

Interview T7

Gespräch geführt am 15.12.2025, 15:15 Uhr, online via Zoom

- 1 VS: Wie bist du zur mehrsprachigen Untertitelung gekommen?
- 2 T7: Ich arbeite jetzt als Biologe, aber nur in Teilzeit. Mein Interesse für die deutsche Sprache ist schon lange vorhanden. Und dann habe ich mir gedacht, wenn man Erfolg haben möchte, sollte man auch beruflich das machen, was einem Freude macht. Ich glaube, jeder von uns ist für etwas geschaffen. Wenn man das entdeckt und beruflich damit was tut, dann hat man wirklich Freude beim Arbeiten. Die deutsche Sprache war für mich so interessant und dann habe ich mir gedacht, ich mache die Ausbildung. Es ist ein bisschen eine Geschichte, weißt du? Ob das auch relevant ist, keine Ahnung.
- 3 VS: Erzähl.
- 4 T7: Nicht sehr lange. Okay. Ich habe einen Bekannten, einen sehr guten Freund aus Ägypten. Er ist verheiratet mit einer Ägypterin und irgendwann kamen die Probleme in der Ehe, bis vor der Scheidung. Auf einmal hat er mich angerufen: „Wo bist du?“ Ich war zu Hause. „Dann komm zu mir.“ Und dann sah ich einen ganz anderen Mensch wegen der Probleme und dem Schock. „Ja, die hat mich verklagt. Ich darf die Kinder nicht sehen. Auf jeden Fall hat er mich darum gebeten, etwas zu schreiben, an ein Gericht, weil er hat ein Schreiben bekommen von dem Gericht. Wir mussten da einen Einspruch schreiben. Dann haben wir langsam angefangen: „Ja, wir sagen mal, was du dann dagegen erzählen möchtest“, und ich hab das übersetzt. Und das wiederholte sich. Immer wenn er etwas Schriftliches bekam, von der Polizei oder vom Gericht, ist er zu mir gekommen oder ich bin zu ihm hingegangen und habe das übersetzt für ihn. Und eines Tages, ganz am Ende, war ich bei ihm und ich habe wirklich alles übersetzt und dann sagt er: „Okay, drucken wir das aus?“ Ich: „Nein, lass mich noch einmal kontrollieren“. Und beim Kontrollieren, sagt er zu mir: „Nein, das ist falsch, was du machst.“ „Ja, was mache ich?“ „Du musst so eine Ausbildung machen als Übersetzer und Dolmetscher. Wenn ich zum Gericht gehe, da sitzt auf der rechten Seite vom Richter, ein Dolmetscher mit einem Anzug und das ist wirklich ein schöner Beruf. Du schaffst das, du machst das sehr gut. Also schade, dass du das nicht wirklich machst. Du hättest auch ein bisschen Geld verdienen können und du bist wirklich sehr gut.“ Also sagte ich: „Jaja, schauen wir mal.“ Und er: „Nein, du musst wirklich schauen, ob es so eine Ausbildung gibt, auf der Uni vielleicht.“ Dann habe ich mich erkundigt, und das gemacht, was er mir vorgeschlagen hat.
- 5 VS: Und dann bist du zur Uni gekommen?

- 6 T7: Auf die Uni, zum Postgraduate Center. Da habe ich gesehen, dass es schon seit 2016 diese Ausbildung als Dolmetscher für Gerichte und Behörden gibt. Das ist so ein Grundlehrgang. Dann habe ich mich angemeldet. Da war ein Teil Deutsch und ein Teil Arabisch, auch bei der Prüfung. Ich habe die Aufnahmeprüfung geschafft und habe angefangen mit dem Grundlehrgang. Dann bin ich draufgekommen: es gibt einen Masterlehrgang. Dann habe ich gedacht: „Okay, Masterlehrgang, das klingt auch interessant. Warum nicht? Ich könnte das auch machen.“ Für den Grundlehrgang, damit ich zur Abschlussprüfung antreten darf, war notwendig, dass man ein Praktikum irgendwo gemacht hat und 200 Stunden nachweisen kann.
- 7 VS: Da hast du dich dann beworben für ...
- 8 T7: Da habe ich mich beworben bei der "Justizbetreuungsagentur", JBA, am Schottentor, in der Nähe von der Uni. Das war damals während Corona und die haben mich aufgenommen. Das war super. Dann hat es geheißen: „Falls die Maßnahmen verschärft werden sollten, dann werden wir das Praktikum abbrechen.“ Und tatsächlich kam es dazu, dass ich nur 150 gemacht habe. Und dann hat es geheißen: „Nein, die Maßnahmen, das geht nicht mehr, kein Praktikum mehr.“ Aber am letzten Tag hatte die Dolmetscherin, bei der ich meine Betreuung dort im Praktikum hatte, eine E-Mail bekommen. Da war diese Stellenausschreibung über Edukundo. Sie meinte: „Da gibt es so was. Wäre das nicht interessant für dich?“ Ich: „Ja, ich weiß nicht. Schauen wir mal.“ Das war ein völliger Zufall. Aber ich habe es wirklich dringend gebraucht, wegen der Prüfung. Zu dem ersten Termin konnte ich nicht antreten, weil ich noch nicht fertig war mit den Stunden. Und der zweite Termin war im Dezember und ich brauchte wirklich das Praktikum unbedingt. Dann habe ich mich beworben. Und dann hat es geheißen: „Ja, okay, es geht.“ Und es ging so. Ja, das ist die Geschichte.
- 9 VS: Wenn du jetzt zurückblickst, wie definierst du deinen Aufgabenbereich? Wofür du zuständig warst bei diesem Edukundo-Projekt?
- 10 T7: Ich war für die arabische Sprache zuständig und es waren 25 Videos und ich habe mich sehr verantwortlich gefühlt. Das war eine sehr große Verantwortung. Wie gesagt, ich habe keine Schwierigkeiten mit der Sprache, aber dass ich da etwas mache, das online kommt und dass alle sehen, und wofür man kritisiert werden kann - so was habe ich noch nie gemacht. Dann habe ich einen Dolmetscher, der war auch dort in dieser Justizbetreuungsagentur kontaktiert. Der Grund: ich habe ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen zusammengestellt, Arabisch-Deutsch. Für die deutsche Benennung habe ich dann drei Vorschläge, welcher arabischen Bedeutung das entsprechen

könnte. Es war so eine Art Glossar mit mehreren Seiten, wirklich ein PDF, und ich habe ihn gebeten: „Bitte, ich schaffe das nicht alleine. Ich brauche wirklich einen Rat.“

- 11 VS: Hast du mit diesem Kollegen so eine Art Teamarbeit gemacht?
- 12 T7: Nicht Teamarbeit direkt. Er war einfach ein beeideter Übersetzer, und ich habe ihn nur gebeten, dieses Glossar anzuschauen, ob das alles richtig ist, was ich gemacht habe. Weil die Benennung wie zum Beispiel Hort und so, da muss man dann erklärend übersetzen. Da gibt es keine Synonyme im Arabischen. Das ist nur ein Beispiel. Deswegen: Ich brauchte eine Unterstützung von einem Fachmann, der mir sagt: Ja, das ist das Richtige von diesen drei Vorschläge, die ich aufgeschrieben habe. Das war für mich eine große Unterstützung. Dann habe ich wirklich immer wieder kontrolliert und nach einiger Zeit habe ich mir die Videos online angehört und dann bin ich wieder zu OKTO gefahren mit der Bitte es korrigieren zu können. Weil das war eine große Verantwortung und diese Feinheiten, die waren für mich wichtig.
- 13 VS: Als du das Projekt übernommen hast, wer hat für dich deiner Meinung nach definiert, was Zielgruppe ist oder welche Kriterien angewendet werden sollen für die Zielgruppe?
- 14 T7: Die Zielgruppe ist einfach bunt gemischt. Ich komme aus Ägypten und die Flüchtlinge, die gekommen sind, die sind meistens aus Syrien, aus dem Irak und so. Hocharabisch kann jeder verstehen, aber viele sprechen auch Dialekte. Ich habe wirklich versucht, in der Mitte zu sein - Hocharabisch, verständlich für alle.
- 15 VS: Hattest du das Gefühl, dass du mitbestimmen kannst, was die Zielgruppe braucht, sozusagen? Welche Kriterien für die Zielgruppe wichtig sind oder wer diese Zielgruppe ist?
- 16 T7: Ja, denn es hat geheißen: „Macht das so.“ Das war wie ins Wasser werfen und jetzt musst du schwimmen. Darum habe ich gesagt: „Das ist eine große Verantwortung. Ich muss da wirklich langsam ran, und dann noch einmal und wieder kontrollieren.“ Da habe ich wirklich versucht, verständlich für alle zu sein. Die Araber, die können die Ägypter verstehen. Durch die Fernsehsendungen und so weiter, aber nicht umgekehrt. Deswegen habe ich versucht, etwas zu machen, das verständlich für alle ist.
- 17 VS: Hast du dir dabei Gedanken gemacht, welche Rolle das Alter, der Bildungsstand, die Sprachkompetenz derjenigen Menschen, die das dann wieder lesen oder anschauen, spielt, während du das untertitelt hast?

- 18 T7: Man geht davon aus, dass diejenigen, die sich die Videos anschauen, auch Arabisch beherrschen. Und wenn man Arabisch beherrscht, dann beherrscht man auch die Hochsprache. Ich habe es nicht ganz hoch gestaltet. Ich habe, wie gesagt, auf ein Mittel hingearbeitet. Weil es gibt auch viele aus Ägypten und die waren an der Universität, die die Sprache nicht richtig können. [abgerissen]
- 19 VS: So, jetzt bist du wieder da.
- 20 T7: Ja, entschuldige, ist unterbrochen. Ja, die hat mir gesagt, man wird geprüft in Arabisch und Deutsch. Ich sage: „Ja, das ist richtig.“ Da sie: "Aha? Schön, dass sie das richtig finden." Ich habe gesagt: „Ja, aber es gibt auch viele Leute, die haben einen Bachelor in Ägypten gemacht, aber die Sprache, die können sie auch nicht richtig, auch nicht die Grammatik. Man geht wirklich davon aus, wenn man die Videos anschaut, dass man auch ein bisschen die Sprache beherrscht. Kinder können nicht alleine. Keine Ahnung, aber man erwartet auch ein bisschen Arabisch.
- 21 VS: Welche Rolle haben für dich die Satzstrukturen, die Lexik, das Sprachtempo gespielt, dass das auch zusammenpasst mit dem, was auf Deutsch gesagt wurde?
- 22 T7: Es war wichtig, dass das verständlich ist. Und im Deutschen ist das Verb immer am Ende. Manchmal habe ich das aufgeteilt, aber dass man die Bedeutung auch versteht, auch auf Arabisch. Das war ganz wichtig, dass man das versteht. Nicht einfach so wortwörtlich. Nein, das geht nicht.
- 23 VS: Gab es da für dich Situationen, wo du das Gefühl hattest, es ging sich auch nicht aus, dass jetzt zum Beispiel das Verb an der richtigen Stelle war?
- 24 T7: Ja, das ist immer wieder passiert. Deswegen müsste ich die Bedeutung am Anfang und dann die Resthälfte beim nächsten Untertitel auch fortsetzen, aber nur die Bedeutung am Anfang dann wirklich haben. Und ein Teil vom Satz hinten, aber die Bedeutung war am Anfang klar: Das muss zusammen sein. Weil da kann man nicht wie im Deutschen, das geht nicht wortwörtlich.
- 25 VS: Hast du in irgendeiner Art und Weise Rückmeldungen von arabisch sprechenden Menschen erhalten zu Edukundo, die das gesehen haben?
- 26 T7: Ich habe wirklich keine Ahnung.
- 27 VS: Weil du vorhin gesagt hast, dass du dir schon bewusst warst, dass das eine große Verantwortung war. Hast du irgendeine Rückmeldung bekommen?
- 28 T7: Nein, wirklich nicht. Und wie können die Leute uns kontaktieren? Keine Ahnung. Die sollten T5 kontaktieren.

- 29 VS: Oder über OKTO oder so, oder über den Auftraggeber?
- 30 T7: Nein, wirklich. Niemand hat mir das gesagt. Und ich habe mich wirklich bemüht. Das wäre wirklich interessant – Rückmeldungen, Feedback. Das wäre für mich auch persönlich auch interessant, aber bis jetzt nichts wirklich. Ich habe mich wirklich total bemüht und immer wiederholt und ganz vorsichtig und so. Aber Rückmeldungen? Nein.
- 31 VS: Gibt es Entscheidungen, die du in Bezug auf eine ganz bestimmte Zielgruppe innerhalb des arabischen anders treffen würdest, jetzt im Rückblick?
- 32 T7: Ja, warum nicht? Wie gesagt, auch Arabisch sollte verständlich sein für alle.
- 33 VS: Wenn ich es richtig verstehe, du würdest schon was ändern, aber nur dann, wenn du auch einen Anlass hättest. Also wenn jetzt wirklich jemand kommen würde und sagen würde: „Hey, ich glaube, da könnte man noch was anderes sagen.“
- 34 T7: Ich bin wirklich offen. Ich bin kein Diktator. Ich bin offen, wenn da wirklich eine positive, nicht eine Kritik, eine positive Kritik, nicht Opposition, wie in der Regierung Opposition sagt: „Nein, das ist schlecht, schlecht, schlecht.“ Aber Opposition, indem man sagt: "Mir fehlt was." Ja, etwas Positives. Ja, warum nicht? Wirklich, ich würde das gerne tun. Wie gesagt, damit ich dann mit gutem Gewissen sage, ja, okay, ich habe das. Es ist mir gelungen, das zu tun. Das wäre der Sinn und Zweck eigentlich, warum das gemacht wurde.
- 35 VS: Wie hast du das wahrgenommen, dass diese Zielgruppe, die Menschen, die Deutsch als Fremdsprache beziehungsweise als Zweitsprache lernen, die jetzt angesprochen wurden, berücksichtigt wurden? Hast du das Gefühl, dass das es im Projekt eine besondere Rolle spielt, dass die Menschen der Zielgruppe Deutsch als Fremdsprache lernen?
- 36 T7: Ah, meinst du, nicht Arabisch jetzt, sondern Deutsch auch, dass sie auch ihr Deutsch verbessern? Nein? Die Frage noch einmal in anderen Worten bitte dann.
- 37 VS: Nicht nur, dass sie ihr Deutsch verbessern, sondern dass sie durch das, was Edukundo vermittelt hatte - wie das Schulsystem oder das Bildungssystem ausschaut - dass sie wirklich auch Teilhabe bekommen konnten.
- 38 T7: Das geht durch Feedback, wie gesagt. Es geht durch Feedback und ich habe noch keine Ahnung.
- 39 VS: Nein, aber jetzt vom Inhalt her, von Edukundo, hast du da bemerkt, wie die Bedürfnisse dieser Menschen, die Deutsch als Fremdsprache lernen, auch berücksichtigt wurden?

- 40 T7: Nein, es sind jetzt zwei Dinge. Verstehst ich das richtig? Du willst sagen, inhaltlich, ob die Leute dann über das Schulsystem, über alles informiert sind und zweitens, ob sie auch die Sprache besser ... Oder wie ist das?
- 41 VS: Dass die Menschen, unabhängig davon, ob sie es auf Deutsch gehört haben oder in ihrer Sprache untertitelt gelesen haben, verstehen konnten-
- 42 T7: Ja, wie gesagt, das ist durch Feedback. Und wie gesagt, wenn sie sehr gut die deutsche Sprache beherrschen, dann ist das okay. Aber mit Arabisch auch wird mehr erklärt. Die Bedeutung wird noch klarer mit Arabisch. Also auch wenn sie auch Deutsch ein bisschen können, auch mit Arabisch wird es klarer.
- 43 VS: Das heißt ...
- 44 ... für dich hat in der Untertitelung die Kombination aus beiden eine Rolle gespielt?
- 45 T7: Richtig. Noch etwas ist wichtig für mich persönlich: Der Inhalt von den 25 Videos war für mich auch etwas Interessantes. Ich habe vieles gelernt, was ich vorher nicht gewusst habe über die Schulsysteme. Das war auch informativ für mich selber, obwohl ich schon lange da bin.
- 46 VS: Siehst du dich selbst auch als Teil der Zielgruppe?
- 47 T7: Ja, kann man sagen. Zum Beispiel: Jemand hat Kinder und fragt – da fühle ich mich auch angesprochen, dass ich Informationen weitergeben soll. Diese Information habe ich vor dem Projekt nicht gewusst. Jetzt kann ich sagen: „Da gibt es so ein Projekt.“ Da will ich auch nützlich sein, für diese Leute.
- 48 VS: Wie definierst du für dich in deiner Arbeit das Kriterium Verständlichkeit? Also was macht deinen Text für dich verständlich?
- 49 T7: Einen Text macht etwas für mich verständlich, wenn es wirklich in meiner Sprache ist, weil in der Muttersprache kann man mehr ausdrücken und man versteht die Sache tiefer und klarer. Das ist eine wichtige Sache. Noch einmal die Frage?
- 50 VS: Wie wird in deiner Arbeit das Kriterium Verständlichkeit definiert?
- 51 T7: Wenn ich eine Information suche und mir wird das erklärt, was ich brauche, in verständlicher Weise.

- 52 VS: Okay, super. Und dann kommen wir eh schon fast zum Ende. Die nächste Frage lautet: Arbeiten Sie mit bestimmten internen Leitlinien oder Normen, die die Zielgruppenorientierung betreffen? Wie hast du das wahrgenommen bei OKTO TV, bei Edukundo, mit welchen Leitlinien du an das Projekt herangegangen bist?
- 53 T7: Man gab uns nicht Leitlinien, wie wir das machen sollen, nicht inhaltlich, auch sprachlich nicht. Es wurde gesagt: „Macht das.“ Manchmal habe ich auch etwas entdeckt auch und das wurde korrigiert. Es waren für mich als arabischer Übersetzer keine klaren Leitlinien. Ich habe es, wie gesagt, verantwortungsbewusst gemacht und mich bemüht, etwas wirklich Verständliches zu machen. Das waren meine eigenen Leitlinien, sozusagen.
- 54 VS: Hast du Spannungsfelder bemerkt zwischen ökonomischem Druck, also der Wirtschaftlichkeit des Ganzen und der Berücksichtigung der Zielgruppe?
- 55 T7: Ökonomisch meinst du finanziell oder wie ist das gemeint?
- 56 VS: Ja, genau. Also Zeitdruck, finanziell Druck und so weiter.
- 57 T7; Ja, freilich. Weil T5 gesagt hat: „Ich habe diese SRT-Dateien schon bekommen. Wie schaut’s aus mit euch?“ Ich habe auch den Eindruck gehabt, dass die Programmkoordination auch die Projektleitung ein bisschen unter Druck gesetzt hat. Das habe ich wirklich gemerkt. Dass T5 sagt: „Ja, sag denen was zu machen ist und so.“ Das habe ich auch gespürt. Es war auch ein bisschen Druck, auch Zeitdruck.
- 58 VS: Und dann sind wir bei der vorletzten Frage: Wie hast du das wahrgenommen: Haben die technischen Tools deinen Handlungsrahmen beeinflusst?
- 59 T7: Wirklich sehr. Vor Ort wars einfacher. Da konnte man wirklich viel weiterbringen, aber zu Hause mit Subtitle nicht. Dann musste das vor Ort auch noch einmal gemacht werden. Das war wirklich umständlich. Also ich hätte das einfach direkt vor Ort einmal gemacht und dann wäre die Sache erledigt gewesen. Aber nicht zu Hause. Weil ich habe dann die Tonspuren mit den Untertiteln verglichen, dass das wirklich genau das, was gesprochen wird, dann unten steht. Aber bei mir zu Hause habe ich so was nicht gehabt. Ich habe einfach in das Programm eingefügt und versucht, aber vor Ort war einfach das Beste und das hat mir gefehlt einfach. Hätte ich das vor Ort gemacht, dann wäre das in kürzerer Zeit und effizienter erledigt gewesen. Aber das war nicht möglich wegen Corona.

- 60 VS: Hatte die Technik da auch Schwierigkeiten, die verschiedenen Schriftsysteme und Schriftcodes zu erkennen?
- 61 T7: Es war für mich überhaupt kein Problem. Ich schreibe auch mit zehn Fingern auf Arabisch, auch bei mir zu Hause. Ich habe das einfach gebraucht früher und mit der Zeit habe ich das gelernt, auch wie in Deutsch. Und mein Laptop: Ich arbeite damit auch und das ist kein Problem.
- 62 VS: Meinst du das Programm?
- 63 T7: Bitte?
- 64 VS: Das Programm, mit dem du dann zu Hause gearbeitet hast, das konnte diese arabischen Schriftzeichen nicht so gut verarbeiten?
- 65 T7: Nein, das war in Ordnung, weil mein System... Das war schon in Ordnung.
- 66 VS: War der Übertrag ein Problem?
- 67 T7: Ja, der Übertrag. Ich wollte sagen: Annotation Edit, dieses Apple-Programm. Weil es ist ein Apple-Gerät. Ich habe keinen Apple zu Hause und das war, wie T5 das einmal gesagt hat, wie in England. Rechts sitzen beim Autofahren und hier sitzt man jetzt links. Und das war für mich ein bisschen umständlich, weil ich konnte zum Beispiel auch den Punkt suchen. Den habe ich immer gesucht, weil das System einfach Apple ist, aber mit der Zeit habe ich etwas geschafft. Nur die erste Zeit war schwierig, dann ging es schon.
- 68 VS: Dann sind wir mit meinen Fragen durch. Gibt es von deiner Seite her noch irgendeine Anmerkung oder eine Ergänzung, die du noch erwähnen möchtest, wo du sagst, das wäre noch wichtig, das zu erwähnen?
- 69 T7: Bezüglich Untertitelung oder was?
- 70 VS: Genau, also mehrsprachige Untertitelung.
- 71 T7: Also eigentlich, je mehr Übung man hat, desto besser. Das war ein Praktikum für mich. Ich bin vom Grundlehrgang und vom Master direkt gekommen. Ich hatte nicht so viel Erfahrung. Ich glaube, Erfahrung macht da wirklich sehr viel aus. Ich habe daher recherchiert, über Untertitelung, auch für meine Masterarbeit. Hätte ich das vorher gewusst, auch beim Untertiteln von OKTO, das hätte mir wirklich geholfen. Zum Beispiel über dieses Kulturspezifische und so diese Sachen. Hätte ich wirklich diese Informationen damals gehabt, das hätte mich auch etwas weitergebracht. Aber der

Unterschied bei mir war: Ich war mein eigener Chef und mein Verantwortungsgefühl. war meine Richtlinie. Es gab von außen nichts, sondern von innen. Die Richtlinie kam von innen: „Ja, das ist meine Antwort. Nein, ich muss das richtig machen, ich soll es gut machen“. Noch einmal kontrollieren, zum T5 noch einmal hingehen und diese Feinheit noch einmal machen." Das waren meine eigenen Richtlinien.

72 VS: Ich danke dir für deine Antworten.

73 T7: Gerne. Wirklich. Tschüss. Danke.

Interview T8

Gespräch geführt am 18.01.2026, um 20:30 Uhr, online via WhatsApp

- 1 VS: Was ist dein beruflicher/akademischer Werdegang? Wie bist du zur Untertitelung, zur mehrsprachigen, gekommen?
- 2 T8: Mein beruflicher Werdegang begann mit einem Bachelor in Transkultureller Kommunikation, bei dem ich mich viel mit Mehrsprachigkeit, Kultur und Medien beschäftigt habe. Anschließend habe ich einen Master in Translation absolviert, mit den Arbeitssprachen Deutsch, Englisch und Rumänisch. Zur Untertitelung und zur mehrsprachigen Untertitelung bin ich eigentlich ganz natürlich gekommen. Ich bin in Rumänien aufgewachsen und habe schon früh viele englische, türkische und spanische Filme und Serien gesehen – fast immer mit rumänischen Untertiteln. Dadurch war Untertitelung für mich von Anfang an etwas Alltägliches, und ich habe schnell gemerkt, wie spannend es ist, Sprache, Kultur und Bild miteinander zu verbinden.
- 3 VS: Was ist oder war dein Aufgabenbereich. In welchem Bereich hast oder hattest du mit mehrsprachiger Untertitelung zu tun?
- 4 T8: Meine Erfahrungen im Bereich der mehrsprachigen Untertitelung habe ich vor allem durch Praktika sowie durch die Mitarbeit an verschiedenen Projekten wie Edukundo, Pioneers of Change et cetera gesammelt. Sowohl im Rahmen meines Studiums als auch darüber hinaus. Ein Teil dieser Tätigkeiten erfolgte auch unbezahlt, etwa im Zuge von universitären Projekten oder zur eigenen fachlichen Weiterentwicklung. Zu meinen Aufgaben gehörten unter anderem das Erstellen und Übersetzen von Untertiteln in einem mehrsprachigen Kontext, die Anpassung an formale und technische Vorgaben - wie Zeichenbegrenzung und Timing - und die Überarbeitung und Qualitätssicherung bestehender Untertitel. Dabei habe ich praktische Erfahrung mit unterschiedlichen Textsorten und Formaten gesammelt und gelernt, flexibel auf projektbezogene Anforderungen zu reagieren.
- 5 VS: Hast du deine Untertitel-Arbeit alleine oder im Team geleistet?
- 6 T8: Die Untertitel-Arbeit erfolgte in der Regel eigentlich immer alleine. Ich erstellte die Untertitel selbstständig und eigenverantwortlich. Anschließend wurden sie im Rahmen des Vier-Augen-Prinzips korrigiert, sodass eine zusätzliche Qualitätskontrolle stattfand.
- 7 VS: Wer definiert oder definierte nach welchen Kriterien, was die Zielgruppe ist?
- 8 T8: Projektleiter bzw. Auftraggeber

- 9 VS: Welche Rolle spielen Alter, Bildungsstand, Sprachkompetenz der Zielgruppe bei deiner Untertitel-Gestaltung?
- 10 T8: Meiner Meinung nach spielen Alter, Bildungsstand und Sprachkompetenz der Zielgruppe eine große Rolle bei der Untertitel-Gestaltung. Untertitel sollen vor allem gut verständlich sein, und das hängt stark davon ab, wer sie liest. Ich passe meine sprachliche Gestaltung gezielt an, zum Beispiel indem ich Satzstrukturen vereinfache, eine klarere oder alltagssprachlichere Wortwahl wähle oder Inhalte stärker kürze, wenn sich die Untertitel an ein jüngeres oder sprachlich weniger erfahrenes Publikum richten. Bei einer sprachlich geübteren Zielgruppe können die Formulierungen auch etwas komplexer sein, solange sie gut lesbar bleiben. Auch das Sprechtempo und die Lesegeschwindigkeit habe ich immer im Blick und passe die Untertitel entsprechend an, damit sie sich flüssig lesen lassen und gut zum Bild passen.
- 11 VS: Was melden die von dir intendierte Zielgruppen zurück? Hast du eine Interaktion mit der Zielgruppe?
- 12 T8: Direktes Feedback von der Zielgruppe gibt es eigentlich kaum. Meist bekomme ich Rückmeldungen von der Person, die die Untertitel prüft, oder vom Projektleiter, sodass sichergestellt ist, dass alles stimmt und gut verständlich ist. Meiner Meinung nach wäre es aber richtig praktisch oder interessant, wenn man zum Beispiel auf Plattformen wie Netflix die Untertitel auch direkt bewerten oder kommentieren könnte – so würde man noch viel direkter merken, was beim Publikum ankommt.
- 13 VS: Wenn du an Kulturspezifika und Idiome denkst: Gibt es Entscheidungen, die du in Bezug auf bestimmte Zielgruppen im Rückblick anders treffen würdest?
- 14 T8: Meiner Ansicht nach muss man bei Kulturspezifika und Idiomen immer schauen, wie die Zielgruppe sie versteht. Je nach Publikum passe ich die Übersetzung dann an – manchmal eher sinngemäß oder kulturell passend, statt wörtlich. Bei internationalen Zuschauern erkläre oder vereinfache ich Idiome, damit alles klar ist, während ich bei einem Publikum, das die Ausgangskultur kennt, die Originalformulierung eher stehen lasse.
- 15 VS: Wie werden die Bedürfnisse DaF/DaZ-Lernender berücksichtigt beziehungsweise spielt Verständlichkeit für nicht-muttersprachliche Rezipient*innen eine Rolle für dich?
- 16 T8: Die Verständlichkeit für nicht-muttersprachliche Zuschauer spielt für mich auf jeden Fall eine Rolle. Ich achte darauf, Sätze klar und einfach zu halten, Fachbegriffe nur sparsam zu verwenden

und komplizierte Strukturen zu vermeiden. So können auch DaF- oder DaZ-Lernende den Inhalt gut erfassen, ohne dass zu viel vom Original verloren geht.

- 17 VS: Wie definierst du in deiner Arbeit das Kriterium Verständlichkeit?
- 18 T8: Verständlichkeit bedeutet für mich, dass Zuschauer den Inhalt der Untertitel so einfach wie möglich erfassen können, ohne hängen zu bleiben oder überlegen zu müssen, was gemeint ist. Ich achte deshalb darauf, dass die Sätze kurz und klar sind, die Wortwahl verständlich bleibt und Fachbegriffe nur sparsam oder mit Erklärung verwendet werden. Auch das Timing spielt eine Rolle: Die Untertitel müssen lange genug sichtbar sein, um gelesen werden zu können, aber nicht zu lang, damit sie nicht vom Bild ablenken. Ich denke da zum Beispiel an meine Kindheit zurück, als ich Filme mit meiner Oma geschaut habe. Mein Rumänisch war damals noch nicht perfekt, aber dennoch waren die Untertitel leicht verständlich, sodass ich dem Film problemlos folgen konnte. Letztlich geht es mir darum, dass die Botschaft beim Publikum direkt ankommt, unabhängig davon, wie gut jemand die Sprache beherrscht oder wie vertraut er mit kulturellen Besonderheiten ist.
- 19 VS: Arbeitest du mit bestimmten internen Leitlinien oder Normen, die die Zielgruppenorientierung betreffen?
- 20 T8: Ja, ich arbeite nach den Vorgaben der jeweiligen Institution oder des Projekts. Das betrifft zum Beispiel Regeln zu Lesbarkeit, Timing oder Sprachstil, damit die Untertitel für die Zielgruppe gut verständlich sind. So gibt es klare Richtlinien, wie Sätze aufgebaut werden, wie schnell die Texte eingeblendet werden und wie Fachbegriffe behandelt werden – das hilft, die Qualität der Untertitel sicherzustellen.
- 21 VS: Gibt es Spannungsfelder zwischen ökonomischem Druck und der Berücksichtigung der Zielgruppen-Bedürfnisse?
- 22 T8: Ja, meiner Erfahrung nach kann es schon Spannungen zwischen ökonomischem Druck und der Berücksichtigung der Zielgruppe geben. Unter Zeit- oder Budgetdruck muss man manchmal Abstriche machen, zum Beispiel bei Korrekturen oder bei der Detailgenauigkeit. Trotzdem versuche ich immer, die Bedürfnisse der Zuschauer bestmöglich zu berücksichtigen, etwa durch verständliche Sprache und passendes Timing. Oft geht es darum, einen guten Mittelweg zwischen Qualität und Effizienz zu finden.
- 23 VS: Und nun meine letzte Frage: Beeinflussen technische Tools den Handlungsrahmen?

- 24 T8: Ja, technische Tools beeinflussen auf jeden Fall, wie ich arbeite. Sie geben zum Beispiel vor, wie viele Zeichen pro Untertitel möglich sind oder wie das Timing genau passt. Gleichzeitig machen sie vieles einfacher, zum Beispiel Texte einfügen, anpassen oder korrigieren. Meiner Erfahrung nach ist es wichtig, die Tools gut zu kennen, damit man schnell und effizient arbeiten kann, ohne dass die Verständlichkeit für die Zuschauer darunter leidet.
- 25 VS: Danke.
- 26 T8: Ich wünsche dir alles Gute für deine Arbeit!

Abstract

Ziel der vorliegenden Masterarbeit ist, zu erfassen, inwiefern die Bedürfnisse von mehrsprachigen Rezipient*innen in der Erstellung von Untertiteln bei Informationsangeboten in zwei österreichischen Rundfunkunternehmen mit unterschiedlicher Reichweite berücksichtigt werden. Dazu wurde die folgende Forschungsfrage gestellt: Welche Herausforderungen bergen interlinguale Untertitel in Erklärvideos von Informationsmedien?

Zur Beantwortung wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt, der mittels acht teilstrukturierter Interviews und der Inhaltsanalyse nach Mayring (2022) eine Momentaufnahme beim öffentlich-rechtlichen ORF und dem Community Sender OKTO TV ermöglicht hat. Die Auswertung der qualitativen Untersuchung zeigt, dass im Redaktionsalltag meist wenig Zeit bleibt, um spezifische Zielgruppen näher in den Blick zu nehmen, sodass die Untertitler*innen oftmals keine detaillierten Kenntnisse über die Bedürfnisse der Zielgruppe haben. Dies resultiert aus einer mangelnden Professionalisierung der tatsächlichen Untertitler*innen. Weiterführende Forschung könnte an der interdisziplinären Schnittstelle zwischen Kommunikations-, Medien- und Übersetzungswissenschaft Erkenntnisse über Bedürfnisse der Zielgruppen für interlingual untertitelte Nachrichtensendungen zu Tage fördern.

Schlüsselwörter: Interlinguale Untertitelung | Zielgruppe | Barrierefreiheit | Informationsmedien