



Hermann Dremel

## Hörbuch 2.0

Wie gesprochene Bücher Barrierefreiheit  
sichern helfen



**Berlin – Januar 2011.** Jedes Jahr gibt der Sozialstadtrat des Bezirks Spandau eine bunte Broschüre heraus: Informationen über Wohn- und Freizeitangebote sowie unterstützende Dienstleistungen für die älteren Mitmenschen, Hintergrundinformationen und Adressenlisten auf 100 engbedruckten Seiten. Eine beauftragte Agentur sorgt für die Gestaltung und die Finanzierung über Anzeigen.

Der Beauftragte des Bezirks für die Belange der Menschen mit Behinderung sah eine Herausforderung in dem umfangreichen Werk: Rund 6.000 Menschen in Berlin sind blind, 20.000 stark sehbehindert, schätzt der Allgemeine Blinden- und Sehbehindertenverein Berlin von 1874 e. V. Sie können die Informationen der Broschüre nicht wahrnehmen. Da stellt sich die Frage:

Wie aber gestaltet man eine Informationsbroschüre barrierefrei?

# *Gedrucktes hören können ist seit jeher der zentrale Wunsch blinder und stark sehbehinderter Menschen, wenn es um Informationsbeschaffung geht.*

## Eine kleine Geschichte der Hörinformation für blinde Menschen

**Holzminden/Niedersachsen – Mai 1976.** Hans-Dieter Seiler startet durch. Eben ist er zum Vorsitzenden der „Aktion Tonband-Zeitung für Blinde“ gewählt worden, die große Ziele hat. Seit vier Jahren hat eine Gruppe Jugendlicher jede Woche Lokalnachrichten aus der Zeitung auf Tonband gelesen, jetzt wird dieses Angebot überregional ausgedehnt.<sup>1</sup> Eine Kopier- und Versandzentrale für Hörmedien wird eingerichtet, und nicht nur Zeitungen soll es dort geben. Erstmals kann man auch ein Lexikon hören: Das Mieterlexikon des Deutschen Mieterbundes – aufgesprochen auf fünf Audiokassetten mit zehn Stunden Spielzeit.

Auf dem damals noch „innovativen“ Medium Kassette einen bestimmten Beitrag zu finden, kostete jedoch Zeit und Nerven. Das Thema „Barrierefreie Information“ steckte noch in den Kinderschuhen. Gleichwohl nutzten zahlreiche blinde Menschen die Möglichkeit, sich selbst ohne Hilfe Sehender informieren zu können.

Das Hörbuch im heutigen Sinne hatte die Welt damals noch nicht auf der Agenda. Doch blinde Menschen kannten es bereits. Spezielle Hörbüchereien für ihre Bedürfnisse gab es bereits seit den 50er Jahren. Quasi als öffentliche Bibliotheken machen sie noch heute den blinden Menschen wenigstens die wichtigsten Werke aus der Bücherflut zugänglich.<sup>2</sup> Professionelle Sprecherinnen und Sprecher lesen hier vor allem literarische Werke, die anfangs auf Schallplatte oder Spulentonband verschickt wurden.

Stets können sich blinde Menschen darauf verlassen, von ihren Hörbüchereien komplette Aufsprachen ihrer Bücher zu erhalten – keine „autorisierten Lesefassungen“, sprich Kurzversionen. Günter Grass' Roman „Der Butt“ kam als stattliches Paket aus 15 Kassetten ins Haus. Die hörte man eine nach der anderen – und wenn man eine Pause brauchte, wartete die Kassette geduldig an der richtigen Stelle, bis man wieder Zeit für sie hatte. Mehr Komfort verlangte niemand.

Gedrucktes hören können ist seit jeher der zentrale Wunsch blinder und stark sehbehinderter Menschen, wenn es um Informationsbeschaffung geht. Das geht weit über den Bereich der Belletristik hinaus: Zeitschriften, Sachbücher, aber auch der private Kontoauszug sind in der üblichen Form nicht zugänglich, wenn man nicht sehen kann.

Bevor die „digitale Revolution“ vielfältige Fortschritte brachte, organisierten die Vereine der Selbsthilfe ihre eigenen Informationskanäle. Vielerorts entstanden lokale Hörzeitungen, denn das örtliche Geschehen war nicht einmal im Radio zu erfahren. Ehrenamtliche Redaktionsteams wählten das Wichtigste einer Woche aus der lokalen Tagespresse und sprachen es als akustischen Pressespiegel auf Band. Kassetten-Kopiergeräte ließ man sich spenden, oder man nahm die Dienste überregionaler Dienstleister in Anspruch.

Auf ähnliche Weise gelangten auch einige Zeitschriften auf Audiokassetten zu ihren Hörern: Texte aus Spiegel, Zeit oder GEO, thematisch gebundene Zeitschriften zu ganz unterschiedlichen Themen. Die Blinden- und Sehbehindertenverbände informierten ihre Mitglieder mit akustischen Zeitungen – oft bis hinunter in die örtlichen Vereinsgliederungen.

Das Verfahren war preiswert: Kassetten konnten immer wieder neu bespielt werden; sie wurden in speziellen Verpackungen mit vorgedruckten Wendeadresskarten hin- und hergeschickt. Eine international vereinbarte Portofreiheit für „Blindensendungen“ half zusätzlich. So konnten auch sehr kleine Benutzergruppen in den Genuss ihrer eigenen Hörzeitung kommen.

Auf diesen Wegen konnte ein kleiner Teil gedruckter Informationen akustisch umgesetzt werden, doch mancher Hörer tat sich schwer damit, dass andere für ihn die Auswahl trafen. „Barrierefrei“ wurde Information dadurch noch lange nicht. Schon die Benutzung der Kassetten hatte ihre Tücken. Zwar konnte man sie wie eine Radiosendung von vorn bis hinten hören – aber wenn man gezielt nur bestimmte Texte hören wollte, wurde es schwierig. Signaltöne und Sprecherwechsel, die im schnellen Vorlauf zu vernehmen waren, sollten helfen, vergrößerten aber zugleich den Aufwand bei der Herstellung.

# Heute ist DAISY in der Zusammenarbeit der mittlerweile 20 Voll- und 45 assoziierten Mitglieder aus allen Kontinenten nicht nur technisch etabliert, sondern auch beim Verbraucher angekommen.

Eine Informationsbroschüre für Seniorinnen und Senioren aus Berlin-Spandau mit ausführlichem Adressenteil auf Kassette? Es hätte wohl damals, vor der jüngsten Jahrhundertwende, kaum jemand auch nur einen Gedanken daran verschwendet. Und doch erfüllte die „alte“ analoge Technik ihren Zweck. Sie machte es auch möglich, zitierfähige Aufschriften von Fachliteratur zu archivieren, die Studierende zur Erstellung ihrer Facharbeiten nutzen konnten, und zwar deutlich einfacher, als es durch Abschriften in der tastbaren Braille-Schrift möglich gewesen wäre.

Digital wird alles besser? Die Compact-Disc, kurz CD, wurde schon 1982 auf dem deutschen Markt eingeführt, war aber für den hier beschriebenen Einsatzbereich völlig ungeeignet: Zu kurze Aufzeichnungszeit, unwirtschaftlich bei kleinen Auflagen; und digitale Tonaufzeichnung war professionellen Studios vorbehalten. Bis digitale Medien für Hörinformationen in Deutschland eine Alternative zur Kassette wurden, sollten noch mehr als zwei Jahrzehnte vergehen.

## DAISY – internationaler Standard für barrierefreie Textvermittlung

**Stockholm – Mai 1996.** Die schwedische Blindenbibliothek Talboks- och Punktskriftsbiblioteket (TPB) lädt Kollegen aus vier anderen europäischen Ländern und Japan zu einem Treffen in Stockholm ein, das historische Weichen stellt. Acht Jahre lang hatten Techniker, Bibliothekare und Benutzer der TPB bereits an einer Technik getüftelt, die das Hörbuch ebenso vielfältig und leicht nutzbar machen sollte wie ein gedrucktes Buch. Sie waren sich sicher: Mit digitaler Technik muss das möglich sein. Die schwedische Regierung hatte ein Projekt gefördert, industrielle Sachkunde war eingeflossen. Nun war es an der Zeit, die Entwicklung weltweit koordiniert voranzubringen.<sup>3</sup>

Man vereinbarte, die bereits vorhandenen Standards gemeinsam zu entwickeln und weltweit zu koordinieren, und gründete dazu das DAISY-Konsortium. DAISY stand anfangs für Digital Audio-based Information System, weil das Audiobuch damals allein im Fokus der Betrachtung stand. Mittlerweile aber steht das „A“ in DAISY ganz allgemein für „Access“, den Zugriff auf Informationen aller Art, für einen multimedialen Standard, den auch der „Branchenführer“ Microsoft mittlerweile unterstützt.

Ausgangspunkt aller Überlegungen war, den Nutzen eines gedruckten Buches für Leserinnen und Leser möglichst weitgehend auch den Hörern der neuen digitalen Hörbücher zu erschließen, etwa:

- Blättern hin und her zu beliebigen Stellen, wiederholtes Lesen einzelner Abschnitte;
- Orientierung in (hierarchisch gegliederten) Inhaltsverzeichnissen;
- Verwendung von Seitenzahlen;
- Setzen eigener Lesezeichen.

Zugleich versprach die digitale Zukunft zusätzliche Vorteile. Auf einen einzelnen Datenträger konnten viele Stunden Tonaufnahme gepackt werden, was dem Nutzer wie dem Versender Vorteile brachte. Es sollte eine Volltextsuche möglich sein, wenn es gelänge, Überschriften oder gar den ganzen Buchtext als Datei mit der Tonaufsprache zu synchronisieren.

Vieles davon ist erreicht. Die Funktionsweise ist nicht einmal schwer zu verstehen: Ein DAISY-Buch enthält zunächst die Tonaufnahme des Druckwerks, und zwar im weitverbreiteten MP3-Format. Damit passen auch dicke Bücher auf eine CD und der Ton lässt sich auf vielen Standardgeräten hören – für eine Romanlesung oder eine Informationsbroschüre durchaus geeignet.

In einem zusätzlichen Satz von Strukturdateien finden sich dann die weiteren Merkmale des DAISY-Buches, die mit (freier) Software oder speziellen DAISY-Wiedergabegeräten genutzt werden können: die Gliederung des Textes auf verschiedenen Ebenen, Überschriftentexte, Seitenzahlen. Sie ermöglichen das gezielte „Blättern“ im Hörbuch, auch „Navigation“ genannt.

Heute ist DAISY in der Zusammenarbeit der mittlerweile 20 Voll- und 45 assoziierten Mitglieder aus allen Kontinenten nicht nur technisch etabliert, sondern auch beim Verbraucher angekommen. Das war gerade in Ländern, in denen es bereits vorher eine brauchbare Medienversorgung für blinde Menschen gab, keine Selbstverständlichkeit, wie das Beispiel Deutschland zeigt.



Zur Produktion von Informationsmaterial als DAISY-Hörbuch genügen ein PC und ein Headset. Aufnahmesoftware steht mittlerweile auch als Open-Source-Projekt zur Verfügung. (Bild: atz/Apitz)

Hier hatten die Herausgeber von Hörmedien, vor allem die großen Blindenbüchereien, zwar das Potenzial der neuen Technik früh erkannt (und es durch aktive Mitarbeit im DAISY-Konsortium gefördert). Aber die Benutzer hatten sich sehr an die Kassettentechnik gewöhnt, die mit preiswerten Geräten aus dem örtlichen Fachhandel funktionierte. Manche taten sich schwer, teure DAISY-Wiedergabegeräte zu kaufen (die die Krankenversicherungen lange nicht als Hilfsmittel anerkennen wollten), weil ihr alter Audio-CD-Spieler die Wiedergabe der neuen MP3-CDs verweigerte.

Eine „konzertierte Aktion“ der Hörbuchanbieter mit den Interessenvertretungen der blinden und sehbehinderten Menschen sollte helfen. Während der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband beschloss, das DAISY-System als zentrale Informationsplattform für sich und seine Landesverbände zu benutzen und damit die Mitgliederinformation revolutionierte<sup>4</sup>, legten die Hörbüchereien sich auf den Ausstieg aus der Kassettentechnik fest. Seit dem Jahr 2010 leihen sie nur noch DAISY-Hörbücher aus.

Die meisten Anbieter von Zeitungen und anderen Inhalten als Hörmedium folgten diesem Beschluss. Doch kleinere regionale Selbsthilfvereine hatten es nicht leicht, die technischen und organisatorischen Hürden zu überwinden. Schließlich mussten sie nicht nur Vervielfältigung und Versand von Datenträgern neu organisieren – auch der Umgang mit digitaler Tonaufzeichnung und der Software zur Herstellung der DAISY-Struktur musste vermittelt werden. Barrierefreiheit muss hier auch für die Gestalter gelten, denn viele blinde Menschen arbeiten in den Redaktionsgruppen verantwortlich mit.

### Strukturierte Tonaufnahmen: Barrierefreiheit in der Praxis

**Hannover – September 2011.** Der Deutsche Hilfsmittelvertrieb, eine gemeinnützige GmbH, vertreibt ein neues Gerät: Einen Kamerascanner, der fotografierte Texte mit synthetischer Stimme vorliest. Der Hersteller hält die Gebrauchsanleitung lediglich in einer Druckversion vor, der Händler ist überzeugt: Blinde Kunden müssen mit ihrem Gerät eine für sie zugängliche Anleitung bekommen. Viel Aufwand ist es nicht, den Text aufzusprechen und – DAISY sei Dank – komfortabel navigierbar zu machen. In Holzminden, wo vor 35 Jahren bereits das Mieterlexikon vertont wurde, gehören solche Aufträge längst zum Alltag.

Der anscheinend einfachste Weg ist dieser: Man lässt einen (mit Überschriften, Aufzählungszeichen, Seitenzahlen sorgfältig strukturierten) Text mit einer speziellen Software automatisch „daisyfizieren“. Die Tonaufnahmen werden dabei von einer synthetischen Stimme erzeugt, alle Strukturmerkmale in die DAISY-Navigation übernommen. Die synthetische Sprachausgabe ist lange schon möglich, sie wurde in den vergangenen Jahren auch immer besser. Aber sie erreicht ihre Grenzen immer dort, wo durch menschliches Nachdenken die Qualität gesteigert werden kann: bei der Auflösung von Abkürzungen oder Web-Adressen, bei der Einbindung von Grafiken; oder schlichtweg überall, wo es auf eine sinnstiftende Betonung des Textes ankommt.



Die Computerstimme begleitet blinde Menschen täglich, wenn sie arbeiten. Mit der Sprachausgabe (und ggf. einer unterstützenden Brailleschrift-Zeile, die Bildschirmhalte auch tastbar anzeigt) haben sie sich Computertätigkeiten aller Art und damit viele neue berufliche Möglichkeiten erschlossen. Auch im privaten Bereich können sie mit E-Mail und Internet Information und Unterhaltung nutzen, wenngleich noch immer allzu viele Internetangebote durch eine schlechte Programmierung Barrieren aufweisen.



*Zur komfortablen Nutzung der Hörbücher im DAISY-Format stehen spezielle Wiedergabegeräte zur Verfügung, die mit akustischer Benutzerführung und gut fühlbaren Bedienelementen versehen sind. Unter bestimmten Voraussetzungen werden sie von den Krankenversicherungen als Hilfsmittel finanziert. (Bild: atz/Tomzig)*

„Warum also verweisen wir nicht alle blinden Kunden auf das Internet?“, könnte jemand fragen, der sich Gedanken über diese Zielgruppe macht. Und er könnte die Gegenfrage riskieren: „Wenn Ihre Kunden alle Informationen im Internet abholen können, warum geben Sie Ihnen dann überhaupt noch Prospekte, Bedienungsanleitungen, Broschüren, Zeitschriften gedruckt in die Hand?“

### Alle guten Gründe für „Print“ sind auch gute Gründe für „DAISY“.

Wenn die hörbaren Informationen dann auch noch von Menschen vorgetragen werden, ist das mehr als nur eine willkommene Abwechslung zur für Blinde allgegenwärtigen Computerstimme. Es ermöglicht auch eine persönlichere Ansprache der Kunden, wobei man keine prominente SchauspielerIn für die Aufsprache verpflichten muss.

Mehr als 200 Freiwillige arbeiten heute für jenes soziale Unternehmen, das vor 35 Jahren in Holzwinden Hörzeitungen bundesweit zu organisieren begann. Texte lesen ist ihre Passion, auch wenn die wenigsten von ihnen professionelle Sprecher sind. Ihr Trägerverein, der heute „atz Hörmedien für Sehbehinderte und Blinde e. V.“ heißt, hat als Dienstleister rund um DAISY einen wichtigen Stellenwert innerhalb der Selbsthilfe der blinden und sehbehinderten Menschen.

Die Einsatzmöglichkeiten für strukturierte Texte, von menschlicher Sprache vermittelt, sind dabei sehr vielfältig. Periodika, die sich aus den früheren Kassettenzeitungen entwickelt haben, erscheinen bei den Hörbüchereien und vielen dezentralen Initiativen<sup>5</sup>; zum Beispiel:

- Wöchentliche Pressespiegel mit ausgewählten Texten aus der Lokalzeitung in zahlreichen Regionen bundesweit;
- Texte aus überregionalen Zeitungen und Magazinen von TAZ über ZEIT, Focus und Spiegel (letzterer sogar in voller Länge) bis zu GEO;
- Zielgruppen- oder themenorientierte Hörzeitschriften mit eigener Redaktion, die Texte aus verschiedenen Quellen verwenden, etwa für Verbraucherthemen, Medientechnik, Elternfragen, politische Bildung, gesundheitliche Aufklärung, für Frauen oder Jugendliche.

## Positive Beispiele sind meistens aus dem Kreis der blinden Betroffenen selbst initiiert worden oder beziehen sich auf spezielle Zielgruppenangebote.

Entsprechend der Nachfrage aus dem potenziellen Hörerkreis hat sich dieses Angebot im Laufe der Jahre entwickelt. Die Kosten werden aus Hörerbeiträgen gedeckt. Andere Finanzierungsmodelle gibt es meistens dann, wenn Organisationen Informationen aus ihren Zeitschriften von sich aus barrierefrei hörbar zugänglich machen; hier eine Auswahl:

- Der Verband für physikalische Therapie oder der Deutsche Diabetiker Bund lassen ihre Mitgliederzeitschriften als Hörzeitschrift im DAISY-Format herausgeben. Vor allem dort, wo es um regionale Informationen, Veranstaltungskalender etc. geht, kann die DAISY-Navigationsstruktur ihre Stärken zeigen.
- Die Gewerkschaft ver.di stellt für ihre Mitglieder ein „Best Of“ ihrer Hauszeitung ver.di Publik zusammen, neben der Print-Version und der Internetausgabe; in der Redaktion werden Texte für die 90-minütige Hörausgabe ausgewählt, die von einem externen Dienstleister gelesen und verteilt wird.
- Die Bundesarbeitsgemeinschaft Hilfe für Behinderte gibt ihre Zeitschrift „Selbsthilfe“ in einer Hörversion heraus.
- Die Stiftung Nikolauspflanze in Stuttgart, die die Betreuung und Bildung von Menschen mit Behinderung zur Aufgabe hat, lässt ihr Magazin für Freunde und Förderer ebenfalls akustisch umsetzen.

Die Beispiele zeigen die Einsatzmöglichkeiten, lassen aber auch Erweiterungspotentiale erahnen. Denn selbst dort, wo Produkte oder Dienstleistungen mit dem Argument „barrierefrei“ beworben werden, ist eine entsprechende Informationsaufbereitung nicht selbstverständlich.

Positive Beispiele sind meistens aus dem Kreis der blinden Betroffenen selbst initiiert worden<sup>6</sup> oder beziehen sich auf spezielle Zielgruppenangebote. Dass Anbieter von speziellen Reisen für blinde und sehbehinderte Menschen ihre Ausschreibungen auch akustisch darstellen, überrascht kaum.<sup>7</sup>

„Barrierefreies Reisen“ gilt aber im Zeichen einer alternden Gesellschaft als Zukunftsmarkt nicht nur für Spezialanbieter, sondern für ganze Tourismusregionen. Hochglanzbroschüren geben Auskunft über Zugänglichkeit, Unterstützungsangebote oder die Informationsvermittlung vor Ort. Aber nur wenige

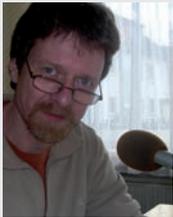
Anbieter machen ihre Basisinformation nicht nur im Internet erreichbar, sondern geben sie auch als Hörbuch ihren Kunden direkt an die Hand.

Das gilt auch für andere Branchen. Kundenzeitschriften sind wichtiger Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Doch selbst große Unternehmen, die schon statistisch mit relevanten Zahlen blinder oder sehbehinderter Kunden rechnen müssten, machen diesen Kunden kaum einmal ein entsprechendes Angebot. Anfragen Betroffener bei Krankenversicherungen und Energieversorgern bleiben bislang fast immer ohne befriedigendes Ergebnis.

Gelegentlich hilft Wettbewerb: Die überregionalen Heimlieferanten von Tiefkühlkost setzen schon lange auf eine gut nutzbare Hörversion ihrer Kataloge; als der erste sich damit neue Kundenkreise erschlossen hatte, folgte ihm bald der nächste.

Oder: Ein blinder Mitarbeiter im Unternehmen sensibilisiert die Verantwortlichen für seine Informationsprobleme. Auf diesem Weg kam die „Teekampagne“ unlängst zu einem DAISY-Hörbuch. Die Potsdamer „Projektwerkstatt GmbH“ informiert darin nicht nur über ihr Angebot als Teeimporteur und ihr Engagement für die Teebauern in Indien, sondern liefert gleich ein ausführliches Teelexikon mit. Zusätzlich machen Fachbeiträge aus eigener Erfahrung Mut zur Unternehmensgründung – warum sollten nicht blinde Menschen aus persönlich erkannten Defiziten neue Geschäftsideen entwickeln und zum Entrepreneur werden?<sup>8</sup>

**Berlin – August 2012.** Im Berliner Stadtbezirk Spandau ist die strukturierte Audioinformation schon fast Routine. Die Broschüre für die Seniorinnen und Senioren im Bezirk, die im Vorjahr erstmals auch als DAISY-Hörbuch erschienen war, erlebte bereits ihre zweite Auflage. Im Nachbarbezirk Charlottenburg-Wilmersdorf haben sich bereits Nachahmer gefunden. Und auch in Tempelhof-Schöneberg interessiert man sich für ein ähnliches Projekt. Barrierefreie Informationsbroschüren für Menschen, die nicht lesen können, finden wachsendes Interesse.

**Autor:**

Hermann Dremel ist Redakteur und Geschäftsführer bei atz Hörmedien für Sehbehinderte und Blinde e.V., Holzminden, [www.blindenzeitung.de](http://www.blindenzeitung.de).

**Kontakt:** 05531 7153  
[hermann.dremel@blindenzeitung.de](mailto:hermann.dremel@blindenzeitung.de)

Bild: atz

- 1 Zur Geschichte der Tonband-Zeitung: <http://atzy.de/geschichte>.
- 2 Gemeinsamer Hörbuchkatalog der deutschsprachigen Blindenbibliotheken: [www.medibus.info](http://www.medibus.info).
- 3 Die DAISY-Gründungsgeschichte im Einzelnen: <http://www.daisy.org/history>.
- 4 Eine monatliche DAISY-CD enthält neben der bundesweiten Verbandszeitschrift auch die Informationen der Landesvereine und weitere Informationen. Vgl. <http://www.dbsv.org/dbsv/zeitschriften/dbsv-inform>.
- 5 Um Vollständigkeit bemüht sich eine anbieterübergreifende „Hörzeitungsauskunft“ unter <http://auskunft.blindenzeitung.de>.
- 6 so z. B. Erkau, J., Trinkus, J., Orientierung geben – Der Audio-Guide Hallig-Hooge: Design für alle, RKW-Kompetenzzentrum, 2011 (Seite 32 ff.).
- 7 So etwa die Veranstalter [www.visionoutdoor.de](http://www.visionoutdoor.de), [www.anders-sehn.de](http://www.anders-sehn.de).
- 8 Siehe [www.teekampagne.de](http://www.teekampagne.de).

 [www.rkw-kompetenzzentrum.de](http://www.rkw-kompetenzzentrum.de)

Besuchen Sie auch die Projektwebsite des RKW Kompetenzzentrums „Design für Alle“ mit Veranstaltungsdokumentationen sowie Veröffentlichungen zum Download in Print-Version und als MP3- bzw. DAISY-Fassungen

[www.rkw-kompetenzzentrum.de/dfa](http://www.rkw-kompetenzzentrum.de/dfa)

Bildquelle: [maegz.com](http://maegz.com) / [photocase.com](http://photocase.com)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages