Barrierefreies Internet

Stand: 16.01.2025

Das Thema Inklusion ist spätestens seit 2020 in aller Munde. Seit diesem Jahr wurden insbesondere Behörden dazu verpflichtet, ihre Webpräsenzen inklusiv, also behindertengerecht, zu gestalten. Doch auch ohne dieses Muss bietet ein zugängliches Internetangebot viele Vorteile, von denen nicht nur Menschen mit Behinderung profitieren können, sondern auch Webseitenbetreiber.

Denn wenn einzelne Personen auf Informationen nicht uneingeschränkt zugreifen und Dienste nicht umfassend nutzen können, geht Kundenpotenzial verloren.

Zum kostenlosen Website-Check

Was ist barrierefreies Internet?

Der Begriff Barrierefreiheit bezeichnet die uneingeschränkte Nutzbarkeit von Systemen. Im Englischen wird deshalb auch oft von **Accessibility** (deutsch: Erreichbarkeit, Zugänglichkeit) gesprochen. Stellt man sich beispielsweise ein Geschäftsgebäude vor, so bildet eine Treppe vor der Eingangstür eine Barriere. Menschen mit einem Rollstuhl können diese nicht überwinden. Auch Familien mit Kinderwagen und Menschen mit Gehhilfen bleiben ausgeschlossen. Das entspricht weder dem Kundenwunsch noch dem Anspruch des Händlers. Barrierefreiheit kommt daher mehr Menschen zugute als oft vermutet wird.

Auf ähnliche Weise vollzieht sich Barrierefreiheit beziehungsweise Defizite darin im Internet. Hier gibt es eine Reihe von Barrieren, die Nutzern sowohl mit als auch ohne Behinderung Schwierigkeiten bereiten können. Einige davon sind zum Beispiel zu kleine Schrift, Bilder ohne Beschreibung oder lange Schachtelsätze.

Ein barrierefreies Internet bedeutet also, dass möglichst alle Internetnutzer uneingeschränkt auf Online-Angebote zugreifen und diese in vollem Umfang nutzen können. Leider gelingt es Seitenbetreibern nicht, alle Behinderungen zu entfernen, da manche nur durch externe Tools beseitigt werden können.

Richtlinien, Gesetze und Verordnungen zum barrierefreien Internet

An Richtlinien zum Thema Teilhabe von Menschen mit Behinderung wird bereits seit weit über einem Jahrzehnt intensiv gearbeitet. Im Zusammenhang mit Webangeboten sind besonders die folgenden relevant:

- Eines der ersten Ergebnisse war unter anderem das 2006 von der Generalversammlung der Vereinten Nationen beschlossene **CRPD**. Das Akronym steht für die Bezeichnung ***Convention on the Rights of Persons with Disabilities***. Die deutsche Übersetzung lautet: *Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen*. Hintergrund dieser Konvention ist es, Menschen mit Behinderung als vollwertige Mitglieder der Gesellschaft zu definieren. Außerdem enthält das CRPD Regelungen, die sich auf die jeweiligen Lebenssituationen beziehen. Diese sollen garantieren, dass Menschenrechte in allen Situationen des Alltags, online und offline, gewährleistet werden. Die Konvention trat am 3. Mai 2008 in Kraft.
- Ebenfalls 2008 wurde die derzeit finale Fassung der WCAG veröffentlicht. Die **Richtlinien für barrierefreie Webinhalte 2.0** wurden vom W3C, dem World Wide Web Consortium, erarbeitet. Die erste Version entstand allerdings bereits 1999. Ziel dieser Richtlinie ist es, Handlungsanweisungen für die Erstellung barrierefreier Webangebote zu bieten.
- Im Jahr 2018 trat dann das aktualisierte **Behindertengleichstellungsgesetz (BGG)** in Kraft. Zusammen mit der EU-Richtlinie 2016/2102 schreibt das BGG allen öffentlichen Einrichtungen vor, u. a. ihre Internetauftritte entsprechend der jeweils aktuellen Auflage barrierefrei zu gestalten. Die aktuell gültige Version fordert eine Anpassung von Webangeboten auf diese Vorgaben seit 2020. Das Gesetz wird regelmäßig überarbeitet, um dem aktuellen Entwicklungsstand zu entsprechen.

Barrieren identifizieren

Um eine uneingeschränkte Nutzung von Online-Angeboten zu gewährleisten, gilt es, Barrieren zu erkennen und diese folglich abzubauen. Dabei stehen Verantwortlichen unterschiedliche Möglichkeiten und Hilfsmittel zur Verfügung.

Barrieren können auf bereits existierenden Webseiten die Absprungrate erhöhen. Hier kann beispielsweise ein A/B-Testing helfen, um Probleme zu identifizieren und geeignete Lösungsstrategien zu entwickeln.

Einige der häufigsten Zugangsprobleme stellen folgende Elemente dar:

- Texte sind **nicht lesbar**. Dafür können beispielsweise Design-Entscheidungen verantwortlich sein. Ein beigefarbener Text auf einem braunen Bildbereich vermittelt vielleicht eine angenehme Stimmung. Für Menschen mit Sehbehinderungen stellt das jedoch ein Hindernis dar.
- Audioinhalte haben keine **Textalternative**: Videos auf der Landingpage sind ansprechend. Auf Menschen mit einer Hörbehinderung wirken sie jedoch schnell irritierend. Dafür reicht es, wenn in ihnen Musik abgespielt wird. Ohne Untertitel werden Hörbeeinträchtigte ausgeschlossen.
- **Externe Hilfsmittel** werden unterdrückt: Einige Menschen mit Körperbehinderung sind bei der Navigation auf eine Tastatur angewiesen. Webangebote können dafür optimiert werden und sollten das auch, um Kunden und Interessenten zu halten.

Barrieren im Internet abbauen

Im Rahmen eines barrierefreien Internets geht es vornehmlich darum, alle Inhalte und Angebote so zu gestalten, dass diese von allen Internetnutzern gleichermaßen verwendet werden können. Dafür muss gewährleistet sein, dass unterschiedliche Faktoren und Arten von Barrieren berücksichtigt und dem entsprechend beseitigt werden.

Dabei gibt es 3 Schwerpunkte, die beachtet werden sollten: visuelle, kognitive und auditive Barrieren. Die meisten davon können mit ein wenig Aufmerksamkeit leicht vermieden werden. Viele Lösungsansätze haben sich dabei längst etabliert. Dies verdeutlicht beispielsweise dieser Artikel. Er ist kontrastreich in dunkelblauer und teilweise schwarzer Schrift auf weißem Hintergrund verfasst. Das gewährleistet gute Lesbarkeit.

Häufige Formen von Barrieren im Internet

Im Folgenden einige kurze Beispiele, die das Erkennen von Barrieren erleichtern sollen:

Visuelle Barrieren

Im Rahmen **visueller Barrieren** stellen vor allem die Abgrenzung von Farben und Kontrasten Schwierigkeiten für betroffene Webseitenbesucher dar. Menschen mit Sehbehinderungen, starker Kurzsichtigkeit, Rot-Grün-Schwäche, grauem Star oder blinde Nutzer sind teilweise, aber nicht zwangsläufig auf Programme wie Screenreader angewiesen.

Für Nutzer von Screenreadern ist es beispielsweise sinnvoll, Bilder um Alternativtexte, kurz Alt-Texte, zu erweitern. Diese bieten Menschen mit entsprechender Behinderung einen Zugang zu Inhalten, die ihnen ansonsten verschlossen bleiben würden. Hierbei muss nicht einmal das ganze Bild im Detail beschrieben werden, sondern vielmehr die Intention dahinter.

Kognitive Barrieren

Bezüglich der Lesbarkeit gibt es Überschneidungen zwischen visuellen und **kognitiven Barrieren**. Das betrifft auch deren Vermeidung bzw. die Reduzierung solcher Hürden. Kurze und eindeutige Sätze haben nämlich mehrere Vorteile. Aus kognitiver Sicht können hier missverständliche Formulierungen vermieden werden. Visuell dienen die Punkte am Satzende als zusätzlicher Orientierungspunkt. Generell können Informationen so schneller aufgenommen werden. Das kommt allen Kunden zugute. Denn nicht immer haben diese die Zeit oder Ruhe, einen Text bis ins Detail zu lesen. Stattdessen überfliegen sie ihn online nur.

Unterstützend wirkt hier zusätzlich die Einbettung von ausreichend großen Schaltflächen und besonders relevanter Inhalt im sichtbaren Bereich der Webseite. Auch zu kleine Buttons, Auswahllisten in Form von Drop-down-Menüs auf den Seiten oder in Formularen können für Probleme sorgen und sollten vorsorglich

angepasst werden.

Auditive Barrieren

Diese Bezeichnung bezieht sich auf Inhalte, die über eine Audiokomponente verfügen. In den meisten Fällen wird es sich dabei um Videoformate handeln. Auch Gamification-Elemente beispielsweise bei Werbeaktionen können in diese Kategorie fallen. **Auditive Barrieren** schränken hauptsächlich einen Teil gehörloser Menschen ein. Es kann jedoch ebenfalls sein, dass Besucher der Seite sich in einem lauten Umfeld befinden, beispielsweise, weil sie unterwegs sind. Ebenfalls kann der Zugang für Nicht-Muttersprachler dadurch erschwert werden. Die einfachste Lösung für dieses Problem wären Untertitel oder ein ergänzender Begleittext.

Barrierefreiheit in der Praxis

Immer mehr Webangebote ermöglichen längst zumindest teilweise barrierefreie Zugänge zu ihren Inhalten. Diese bieten nicht nur eine Orientierungshilfe, sondern zeigen, welche Maßnahmen sich bereits etabliert haben.

- Das Onlinemagazin Krautreporter hat seine Artikel bereits um eine **Vorlesefunktion** Die Süddeutsche Zeitung baut einen entsprechenden Dienst seit 2021 ebenfalls aus und ermuntert ihre Leser dabei sogar dazu, bei Bedarf auf fehlende Vertonung hinzuweisen.
- Im Kurznachrichten-Netzwerk Twitter ist die Verwendung alternativen Bildbeschreibungen für **Screenreader** schon seit einiger Zeit implementiert. Nutzer können Bildern, die sie teilen, selbst einen beschreibenden Text hinzufügen. Sehenden Nutzern wird dieser nicht angezeigt, es sei denn, sie wählen ihn explizit aus. Seit Kurzem wird diese Funktion durch einen Verweis auf dem Bild hervorgehoben. Dies erinnert Nutzer daran, selbst einen alternative Texte zu verfassen.
- Auch bei Smartphone-Anbietern und den zugehörigen Betriebssystemen gibt es längst mehrere Ansätze, um mehr Barrierefreiheit im Internet zu fördern. Die Klassiker hierbei sind die Text-to-Speech-, die Speech-to-Text-Funktion und der **Zwei-Finger-Zoom**. Komplexere Angebote finden sich in Anwendungen wie *Talk-Back* für Android-Geräte. Diese App ermöglicht ihren Nutzern, Text mittels 6-Punkt-Brailleschrift einzugeben und diesen durch zusätzliche Gesten zu bearbeiten.

Eine Grundvoraussetzung ist jedoch, dass Webangebote diesen Apps und Programmen Zugriff gewähren und ihnen so weit wie möglich zuarbeiten.

Bedeutung für das Online-Marketing

Für die Usability von Online-Angeboten und Webseiten stellt die Barrierefreiheit einen entscheidenden Faktor dar. Dabei betrifft die Barrierefreiheit von Webseiten nicht nur Personen mit Behinderungen und anderen Zugangsbeschränkungen, sondern alle Internetnutzer.

Um also einer möglichst großen und umfassenden Zielgruppe den Zugang zur Webseite und die Interaktion mit den Inhalten zu ermöglichen, sollte auf eine überschaubare Komplexität geachtet werden. Die Verwendung einer an die Inhalte angepassten einfachen Sprache und eine eindeutige und intuitive Navigation spielen für das barrierefreie Internet ebenfalls eine entscheidende Rolle. Die umfassende Berücksichtigung der Barrierefreiheit führt dabei in der Regel auch zur einer Steigerung der Usability.

Profitieren Sie von Löwenstark als Online-Marketing-Agentur von Erfahrung und Expertise aus über 2.500 Projekten. Nehmen Sie jetzt Kontakt auf!