

MAIBORNWOLFF

Erfolgreich zur Barrierefreiheit



Inhalt

1. Vorwort

Dein Einstieg in die Barrierefreiheit	01
Digitale Barrierefreiheit „in a nutshell“	02

2. Vorteile und Potenziale

Darum nützt Barrierefreiheit uns allen	04
So steigerst du mit Barrierefreiheit deinen Umsatz	08

3. Rechtliche Vorgaben

2 Gesetze, die du unbedingt kennen musst	10
Erfahre, ob du dringenden Handlungsbedarf hast	12
Lerne die betroffenen Produkte kennen	14
Darum ist der WCAG für dich besonders wichtig	16

4. In der Praxis

4 einfache Maßnahmen für mehr Barrierefreiheit	18
Wahrnehmbar	20
Bedienbar	22
Verständlich	24
Robust	26
5 praktische Tipps für einen guten Start	28

5. Fazit

Mit Barrierefreiheit kannst du 3-fach gewinnen	32
--	----

6. Über uns

Diese Leistungen bringen dich weiter	34
Wir freuen uns auf dich	36

1. Vorwort

Dein Einstieg in die Barrierefreiheit

Für uns bei MaibornWolff ist digitale Barrierefreiheit die logische Konsequenz unserer menschenzentrierten Kultur.

Im Projekt und in unserer Firmenkultur stellen wir den Menschen in den Mittelpunkt. Wir übernehmen Verantwortung für die Produkte, die wir für unsere Kunden entwickeln dürfen. Nichts bei uns ist "von der Stange". Unsere Software ist so individuell wie die Menschen, die sie verwenden. Uns ist es eine Herzensangelegenheit über unsere Software eine gleichberechtigte und diskriminierungsfreie Teilhabe zu ermöglichen. Doch damit Barrierefreiheit übergreifend gelingt, braucht es alle am Softwareentwicklungsprozess Beteiligten. Also auch dich!

Du erfährst in dieser Broschüre ...

- ... was Digitale Barrierefreiheit überhaupt ist.
- ... welche Vorteile Barrierefreiheit für uns alle bietet.
- ... warum es wichtig ist, jetzt darüber zu sprechen.
- ... wo du mit der Umsetzung starten kannst.

Lass uns loslegen!

Digitale Barrierefreiheit „in a nutshell“

Digitale Barrierefreiheit hat zum Ziel, Produkte und Dienstleistungen für alle Menschen gleichermaßen zugänglich zu machen.

Vorhandene Barrierefreiheit in der digitalen Welt bedeutet: Webseiten, mobile Applikationen und digitale Inhalte sind für alle Menschen zugänglich und zwar unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten. Dadurch ist es möglich, dass wirklich jeder problemlos auf Informationen zugreifen, sie verstehen und mit ihnen interagieren kann. Eine echte Teilhabe auf Augenhöhe ist möglich!

Digitale Produkte berücksichtigen für Barrierefreiheit neben den klassischen Anforderungen auch die Bedürfnisse von Menschen mit unterschiedlichen Einschränkungen. Zu diesen Einschränkungen gehören unter anderem: Seh- oder Hörbeeinträchtigungen, motorische oder auch kognitive Beeinträchtigungen. Indem digitale Produkte diese Bedürfnisse berücksichtigen, ermöglichen sie den Nutzer*innen mittels assistiven Technologien wie Bildschirmleseprogrammen oder Tastaturnavigation, das Produkt zu nutzen. Von klaren Inhalten, guter Lesbarkeit und barrierefrei gestalteten Funktionen profitieren zudem auch ältere Menschen oder Menschen mit kognitiven

Einschränkungen (wie z.B. mit ADHS oder nach einem Schlaganfall).

Barrierefreiheit betrifft also eine deutlich größere und diversere Gruppe an Menschen als nur diejenige mit offensichtlichen Einschränkungen.



Barrierefreiheit bedeutet nicht nur, Informationen für Menschen mit Einschränkungen zugänglich zu machen – es geht darum, Informationen für jede Person zugänglich zu machen, unabhängig von den Fähigkeiten oder der Situation.“

– Apple, Richtlinien für die menschliche Benutzerschnittstelle

Originales Zitat: „Accessibility is not just about making information available to people with disabilities — it’s about making information available to everyone, regardless of their capabilities or situation.“ – Apple, Human interface Guidelines



2. Vorteile und Potenziale

Darum nützt Barrierefreiheit uns allen

„Wir sind alle lediglich vorübergehend uneingeschränkt.“³

Nur drei Prozent der Menschen mit dauerhaften Einschränkungen haben diese seit ihrer Geburt. Die Mehrheit der Einschränkungen entsteht im Laufe des Lebens durch

³ Originales Zitat: „We’re all just temporarily abled“ – User Experience Expertin Cindy Li

verschiedene Umstände (wie z.B. durch Unfall oder Krankheit). Darüber hinaus kann jeder Mensch vorübergehend oder in bestimmten Situationen in seinen Möglichkeiten eingeschränkt sein. Deren Ursache und Dauer variieren dabei stark.

Eine Person trägt aufgrund einer Verletzung an der Hand eine Schiene. Dies führt zu einer vorübergehenden motorischen Einschränkung. Aus diesem Grund kann die Person eine mobile Applikation oder ein E-Mail-Programm nicht mehr wie gewohnt bedienen.

Eine andere Person befindet sich in einer Werkstatt. Durch die lauten Maschinen ist sie nicht mehr in der Lage, akustische Signale einer mobilen Anwendung zu hören.

Beide Einschränkungen sind nicht von Dauer. Nichtsdestotrotz helfen auch in diesen Zuständen oder Situationen, barrierefreie Produkte den Alltag weiterhin zu meistern.

Barrierefreie Produkte bieten generell eine hohe Benutzerfreundlichkeit und führen dadurch zu einem verbesserten Nutzererlebnis. Daher ist ein zugängliches Produkt nicht nur für viele Menschen notwendig, sondern für alle von Vorteil – egal ob mit oder ohne Beeinträchtigungen.

Die Übersicht auf den folgenden Seiten veranschaulicht unterschiedliche Arten von Einschränkungen.

Verschiedene Arten von Einschränkungen

	Dauerhafte Einschränkungen	Vorübergehende Einschränkungen	Situationsbedingte Einschränkungen
Berühren	 Einarmigkeit Eine Person mit einem Arm kann ein Gerät nur einhändig bedienen	 Armverletzung Eine Verletzung am Arm kann dafür sorgen, dass eine Person Geräte vorübergehend nur einhändig bedienen kann	 Kinderbetreuung Ein Elternteil mit Kind im Arm kann ein Gerät nur einhändig bedienen
Sehen	 Blindheit Eine blinde Person hat ein stark verringertes oder gar kein Sehvermögen	 Augen-OP Durch eine Augenoperation oder Augentropfen kann das Sehvermögen einer Person vorübergehend beeinträchtigt sein	 Konzentration im Straßenverkehr In Situationen wie dem Straßenverkehr ist der Blick und die Aufmerksamkeit auf die Straße gerichtet

Verschiedene Arten von Einschränkungen

	Dauerhafte Einschränkungen	Vorübergehende Einschränkungen	Situationsbedingte Einschränkungen
Hören	 Gehörlosigkeit Akustische Signale können von Gehörlosen nicht wahrgenommen werden	 Ohreninfektion Durch eine Infektion kann die Hörleistung vorübergehend eingeschränkt sein	 Barkeeper In lauter Umgebung ist es schwieriger, Töne wahrzunehmen
Sprechen	 Stummheit Stumme Personen sind nicht in der Lage verbal zu kommunizieren	 Kehlkopfentzündung Eine akute Kehlkopfentzündung kann die Stimme und Fähigkeit zu Sprechen vorübergehend beeinträchtigen	 Starker Akzent Ein starker Akzent kann eine situative Einschränkung in einer Gesprächssituation bedeuten

2. Vorteile und Potenziale

So steigerst du mit Barrierefreiheit deinen Umsatz

Für Unternehmen ist die digitale Barrierefreiheit nicht nur eine Frage der Inklusion und Gleichstellung. Sie birgt für Unternehmen auch ein immenses wirtschaftliches Potenzial.

1,85 Milliarden Menschen weltweit haben eine permanente Einschränkung. Das ist mehr als jeder vierte Menschen auf der Welt – ein potenzieller Markt, der größer ist als China. Deren Freunde und Familienangehörige stellen weitere 3,3 Milliarden potenzielle Verbraucher*innen dar, deren emotionalen Verbindung zu Menschen mit Behinderungen relevant für Kaufentscheidungen ist. Insgesamt sind somit 73% der Verbraucher*innen weltweit explizit oder implizit von Behinderungen betroffen¹.

¹ Design Delight from Disability – 2020 Annual Report: The Global Economics of Disability

Betrachten wir nur Europa entspricht das verfügbare Einkommen von Personen mit permanenten Einschränkungen über 500 Milliarden USD. Bei Freunden und Familie stehen zusätzliche 3,07 Billionen USD Einkommen zur Verfügung².

Viele Unternehmen schöpfen dieses enorme Potenzial noch nicht aus. Häufig wird dabei schlicht die Größe und Relevanz dieser Zielgruppe unterschätzt. Dabei zeigen die Zahlen eindrucksvoll, dass bereits heute ein wirtschaftlicher Erfolg mit diesen Kundensegmenten erzielt werden kann.

Doch mit Barrierefreiheit kannst du nicht nur deinen Umsatz steigern, sondern auch Kosten sparen. Am 28. Juni 2025 tritt der EU Accessibility Act in Kraft. Indem du deine digitalen Produkte barrierefrei gestaltest, vermeidest du potenzielle Verfahrenskosten.

Insgesamt lohnt es sich sowohl aus wirtschaftlicher als auch aus ethischer Perspektive, die Barrierefreiheit digitaler Angebote zu verbessern. Der Absatzmarkt für Menschen mit Einschränkungen ist groß und zusätzlich fordert die geänderte Gesetzgebung ein baldiges Handeln.

² Design Delight from Disability – 2020 Annual Report: The Global Economics of Disability





3. Rechtliche Vorgaben

2 Gesetze, die du unbedingt kennen musst

Die Bundesregierung macht konkrete Vorgaben für die Barrierefreiheit auf Basis des European Accessibility Acts.

„European Accessibility Act“ (EAA)

Die EU-Richtlinie legt die technischen Anforderungen für die Barrierefreiheit sowie die barrierefreien Informationspflichten bestimmter Produkte und Dienstleistungen einheitlich fest.



Klare und einheitliche Standards sollen den Binnenmarkt stärken und zu einer größeren Verfügbarkeit auch preisgünstiger barrierefreier Produkte und Dienstleistungen für Menschen mit Behinderungen, mit Einschränkungen und für ältere Menschen beitragen.

„Barrierefreiheitsstärkungsgesetz“ (BFSG)

Der European Accessibility Acts ist Sache der Mitgliedstaaten. Daher muss jedes Land eigenständig dafür sorgen, dass die dort enthaltenen Regelungen umgesetzt und eingehalten werden. Daraus entstand in Deutschland das „Barrierefreiheitsstärkungsgesetz“ (BFSG).



Das BFSG setzt die EU-Richtlinie 2019/882 auf nationaler Ebene um. Diese Norm beschreibt die Grundlagen, welchen Barrierefreiheits-Anforderungen Produkte und Dienstleistungen ab dem 28. Juni 2025 entsprechen müssen.

Erfahre, ob du Handlungsbedarf hast

Nur Unternehmen im B2C-Bereich müssen das Gesetz vollumfänglich umsetzen. Bei Unternehmen in den Bereichen B2B und B2E ist dies abhängig von ihren Nutzergruppen.

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BSFG) zielt darauf ab, die Teilhabe von (End-) Verbraucher*innen mit Behinderungen oder Einschränkungen durch Barrierefreiheit zu stärken.

Ein*e Verbraucher*in ist laut Gesetz eine natürliche Person, die ein Produkt oder eine Dienstleistung zum größten Teil weder im Kontext ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit verwendet. Dadurch bestimmen die Zielgruppe und der Kontext, ob das BFSG für eine Produkt oder eine Dienstleistung greift.

Für die Geschäftsfelder B2C, B2B und B2E bedeutet das Folgendes:

B2C

Im B2C-Bereich, der sich auf „Business to Consumer“ spezialisiert, gilt das BFSG. Hier sind Verbraucher*innen direkt beteiligt.



B2B

Im reinen B2B-Bereich gilt das Gesetz nicht, da sich das B2B („Business to Business“) auf Geschäftsbeziehungen mit anderen Unternehmen fokussiert. Sobald Verbraucher*innen direkt oder indirekt beteiligt sind, gilt das Gesetz allerdings.



B2E

Der Bereich B2E („Business to Employee“) umfasst Kontakte und Prozesse zwischen dem Unternehmen und den Arbeitnehmer*innen. Insofern der*die Arbeitnehmer*in nicht der Definition des BFSG eines Verbrauchers entspricht, gilt das Gesetz hier nicht.



Lerne die betroffenen Produkte kennen

Das BFSG enthält gestalterische und technische Anforderungen, die für bestimmte Produkte und Dienstleistungen gelten.

Was gilt als Produkt?

- Computer und Betriebssysteme
- Smartphones und andere Kommunikationsgeräte
- TV-Geräte im Zusammenhang mit digitalen Fernsehdiensten
- Geldautomaten und Zahlungsterminals (z. B. Kartenzahlungsautomaten in Supermärkten)
- E-Reader
- Fahrkartenautomaten und Check-in-Automaten



Was wird als Dienstleistung definiert?

- Telefonische Dienste/Kommunikationsdienste
- Bankdienstleistungen
- E-Commerce (Elektronischer Geschäftsverkehr)
- Webseiten
- Mobile Dienste
- Elektronische Tickets und weitere Informationsquellen von Reiseinformationen (Flug-, Bus-, Bahn- und Schiffsverkehr)
- E-Books
- Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten (AVMS)
- Anrufe bei der europäischen Notrufnummer 112

In dieser Broschüre fokussieren wir uns auf mobile und Webanwendungen. Obwohl diese Dienste durch das BFSG als Dienstleistung klassifiziert sind, verwenden wir zur textuellen Vereinfachung den Begriff „digitales Produkt“.



3. Rechtliche Vorgaben

Darum ist der WCAG für dich besonders wichtig

Der EAA und das BFSG richten sich nach dem internationalen Standard der Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) des World-Wide-Web-Consortiums.

Die vier Prinzipien der WCAG

Erfüllt ein digitales Produkt die Vorgaben der WCAG, spricht man von Konformität. Um die Konformität zu erreichen, müssen die folgenden vier Prinzipien beachtet werden:



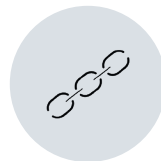
Wahrnehmbar



Bedienbar



Verständlich



Robust

Die drei Konformitätsstufen der WCAG

Für jedes dieser Prinzipien legt der WCAG Anforderungen fest. Je nachdem, wie umfassend ein Produkt diese Anforderungen umsetzt, sprechen wir von Konformität der Stufe A, AA oder AAA. Dabei ist A die grundlegendste Konformitätsstufe und AAA die weitreichendste.

A

Grundlegendste Konformitätsstufe

AA

Mittlere Konformitätsstufe (empfohlen)

AAA

Weitreichendste Konformitätsstufe

Wichtig hierbei ist, dass das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) sowie der European Accessibility Act (EAA) mindestens eine Konformität der Stufe AA verlangen.

4 einfache Maßnahmen für mehr Barrierefreiheit

Jetzt wird's konkret.

In diesem Kapitel betrachten wir einzelne Anforderungen der WCAG und benennen konkrete Maßnahmen, um die Anforderungen zu erfüllen. Zudem geben wir dir praktische Tipps an die Hand, wie du bestmöglich Barrierefreiheit in deine Produktentwicklung integrieren kannst.

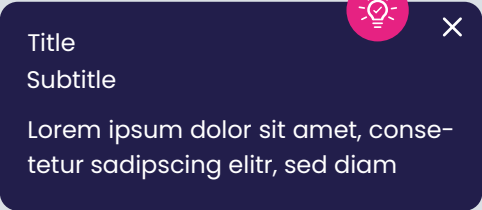
Wir stellen dir vier hochwirksame Maßnahmen vor, die praxisnah sind und schnell umgesetzt werden können, sogenannte Quick Wins. Sie sind wichtige Bausteine auf dem Weg zur Barrierefreiheit deines Produkts.

Die Maßnahmen entsprechen jeweils einem der vier Prinzipien der WCAG – wahrnehmbar, bedienbar, verständlich und robust. Dadurch verdeutlichen wir dir das Spektrum der unterschiedlichen Anforderungen an eine barrierefreie Produktgestaltung.



Wahrnehmbar

Hohe Kontraste





Verständlich

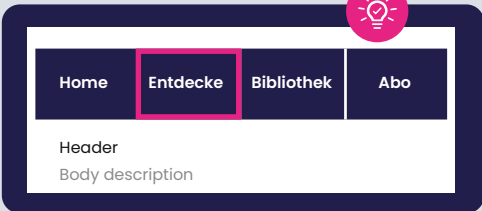
Labels und Anweisungen

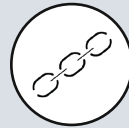




Bedienbar

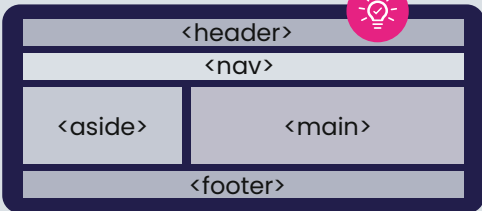
Sichtbarer Tastaturfokus





Robust

Hierarchische Struktur

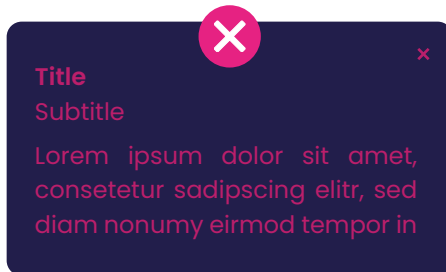


Wahrnehmbar

Digitale Inhalte sollen für alle Benutzer*innen durch die menschlichen Sinne erfassbar sein, unabhängig von den individuellen Fähigkeiten. Die WCAG fasst Maßnahmen, die dieses Ziel erfüllen, unter dem Prinzip „wahrnehmbar“ zusammen. Zu diesem Prinzip gehören unter anderem die visuelle Darstellung und Verwendung von Farben, sowie die Bereitstellung von Textbeschreibungen für Videos und Bilder.

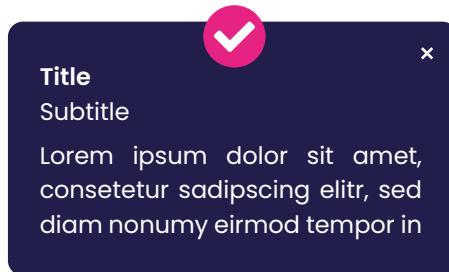
Sofortmaßnahme: Hohe Kontraste verwenden

Eine einfache und hoch wirksame Maßnahme, um Texte lesbarer zu gestalten, besteht darin, ein hohes Kontrastverhältnis von Text- zu Hintergrundfarbe zu verwenden.



Beispiel 1.1

Textfarbe: #CD146B
Hintergrundfarbe: #1E194B
Kontrastverhältnis: 3 : 1



Beispiel 1.2

Textfarbe: #FFFFFF
Hintergrundfarbe: #1E194B
Kontrastverhältnis: 16 : 1

Durch ein Kontrastverhältnis von mind. 4,5:1 wird die Lesbarkeit verbessert und Menschen können die Inhalte leichter erfassen – unabhängig von der Sehfähigkeit einer Person.

Das Kontrastverhältnis von Text und Hintergrund ist in Beispiel 1.2 höher als in Beispiel 1.1. Das Kontrastverhältnis von Beispiel 1.2 beträgt 16:1 und liegt damit höher als die WCAG-Vorgabe für eine Konformität der Stufe AA, die ein Minimum von 4,5:1 fordert.

Wir empfehlen, bereits in einem frühen Entwicklungsstadium eines digitalen Produkts kontrastreiche Textfarben auszuwählen. Eine bewusste Farbauswahl trägt dazu bei, ein barrierefreies und gleichzeitig ansprechendes User Interface von Beginn an aufzusetzen.

Um die Kontrastverhältnisse im Web zu überprüfen, gibt es Werkzeuge wie den Contrast Checker von WebAIM. Der Contrast Checker ermittelt über die Farbkodierung das Kontrastverhältnis von zwei Farben. Er ist ein hilfreiches Werkzeug für die Digital Designer*innen, um das Kontrastverhältnisses sehr schnell und einfach zu ermitteln.

Scanne den
QR-Code, um zum
Contrast Checker
zu gelangen





4. In der Praxis

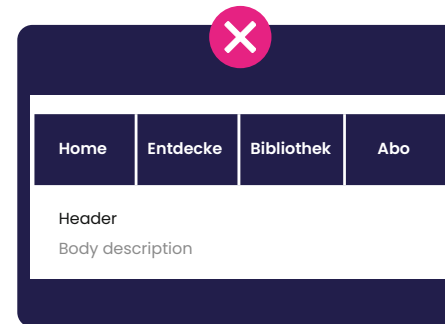
Bedienbar

Das Prinzip der Bedienbarkeit stellt sicher, dass alle Benutzer*innen, einschließlich Menschen mit Einschränkungen, die Benutzeroberfläche steuern und durch diese navigieren können. Die Bedienbarkeit beinhaltet z. B. Tastaturbedienbarkeit von Nutzeroberflächen, eindeutige Zustände von UI-Elementen oder das Vermeiden von Anfallsauslösern (z. B. Epilepsie).

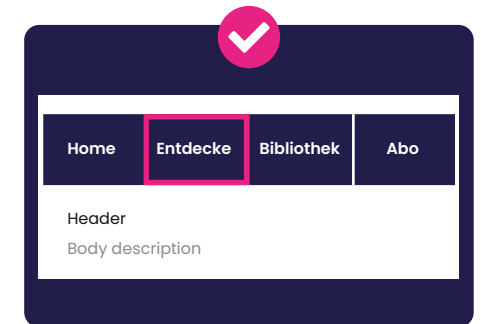


Sofortmaßnahme: Eindeutige Navigation

Nachstehend wird anhand von zwei beispielhaften Navigationsleisten das Prinzip der Bedienbarkeit visualisiert. Versuche einmal zu erraten, welches Navigationselement du in der jeweiligen Navigationsleiste ausgewählt hast?



Beispiel 3.1



Beispiel 3.2

Navigationsleiste **ohne**
klares aktives Element

Navigationsleiste mit
hervorgehobenem
aktivem Element

Aus Beispiel 3.1 ist nicht ersichtlich, welches Element ein*e Nutzer*in ausgewählt hat.

In Beispiel 3.2 ist hingegen eindeutig erkennbar, dass sich die Nutzer*in auf dem Element "Entdecke" befindet. Das hilft zum einen den Nutzer*innen bei der schnelleren Navigation, zum anderen erfüllt dieser Ansatz die Vorgabe der WCAG.

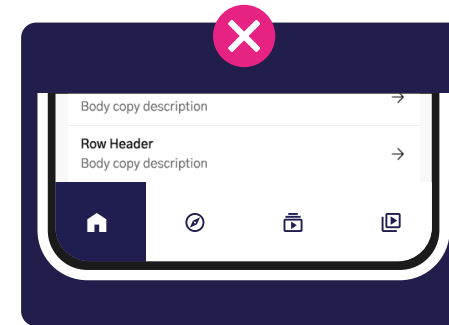
4. In der Praxis

Verständlich

Verständlichkeit bedeutet, dass Nutzer*innen sowohl die Inhalte als auch die Bedienung der Benutzeroberfläche erfassen und interpretieren können. Das Prinzip der Verständlichkeit umfasst u. a. eine klare Sprache, einfache Anweisungen und die Unterstützung beim Verstehen und Bedienen von Inhalten.

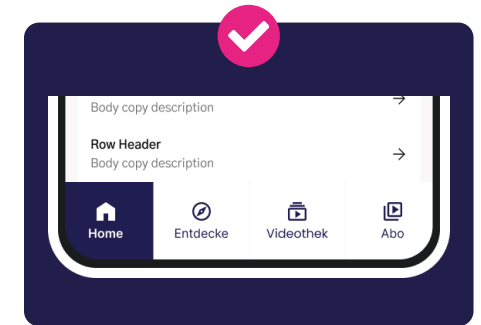
Sofortmaßnahme: Beschriftungen von Icons

User-Interface-Elemente zu beschriften, ist ein simpler Ansatz, um mehrdeutige Bedienelemente eindeutig zu gestalten. Im Folgenden wird dies anhand der mobilen Navigationsleiste („Bottom Navigation Bar“) visualisiert. Versuche einmal zu erraten, welche der unterschiedlichen Navigationsoptionen eine „Videothek“ darstellt?



Beispiel 2.1

Navigationsleiste einer Mobile-Version **ohne** Labels



Beispiel 2.2

Navigationsleiste einer Mobile-Version **mit** Labels

In dem dargestellten Beispiel 2.1 wird schnell ersichtlich, dass eine Navigationsleiste mit mehrdeutigen Symbolen zu Unsicherheiten führt.

Im Gegensatz dazu können sich Nutzer*innen schneller zurechtfinden, wenn die Navigationselemente beschriftet sind, wie im obigen Beispiel 2.2 dargestellt.



Robust

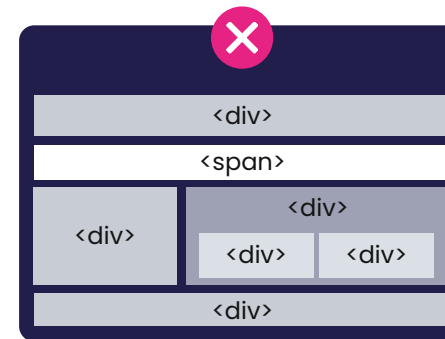
Das Prinzip der Robustheit umfasst Maßnahmen, die sicherstellen, dass Inhalte auf einer Vielzahl von Endgeräten angezeigt und wiedergegeben werden können. Dazu gehören unterschiedliche Bildschirmgrößen, genauso wie Assistenztechnologien wie Bildschirmlesegeräte („Screen Reader“) und Werkzeuge zur Bildschirmvergrößerung.

Sofortmaßnahme: HTML-Elemente sinngemäß verwenden

Häufig werden Webseiten mit einer nicht-semantischen Struktur aufgesetzt. Das heißt, dass darauf verzichtet wird, einzelnen Bausteinen eine klar definierte Rolle zuzuweisen. Stattdessen werden generische Bausteine wie `<div>` verwendet. Dies führt dazu, dass die Seite unter der Oberfläche wie ein unkoordinierter Stapel unpassender Bausteine wirkt (Beispiel 4.1), anstatt dass sie Inhalte in einer klaren Struktur anbietet (Beispiel 4.2).

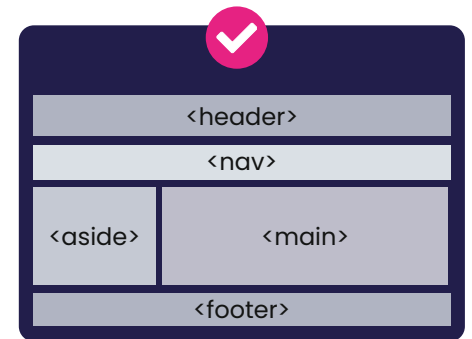
Wenn ein Bildschirmlesegerät die nicht-semantischen Bausteine der Webseite interpretiert, wird es sehr viel schwieriger für den*die Nutzer*in sich eine Übersicht über die Webseite zu verschaffen. Selbst als Expert*in sollte die folgende Frage schwer zu beantworten sein: Was befindet sich grob auf der folgenden Webseite (Beispiel 4.1)?

Um mindestens eine WCAG-Konformität der Stufe A zu erreichen, muss jede Interaktionskomponente, wie bei-



Beispiel 4.1

Ohne definierte Rolle ist es schwierig, den Inhalt zu identifizieren.



Beispiel 4.2

Mit definierten Rollen lassen sich Inhalte schneller erkennen.

spielsweise Buttons, Links und Formularelemente, einen eindeutigen Namen, eine klare Rolle und einen konkreten Wert haben. Durch die oben in Beispiel 4.2 angezeigte Struktur von Header (Kopfbereich), Footer (Fußbereich) und Main (Hauptwebseiteninhalt) kann eine Software den Inhalt der Webseite besser interpretieren. Das hilft dann nicht nur dem Screenreader, sondern verbessert auch das Ranking-Ergebnis in Suchmaschinen.

Durch dieses Beispiel wird ersichtlich, dass die Umsetzung der Barrierefreiheit mehr als eine Design-Aufgabe ist. Stattdessen müssen Digital Designer*innen und Entwickler*innen eng zusammenarbeiten und Barrierefreiheit in Design und technischer Implementierung berücksichtigen.

5 praktische Tipps für einen guten Start

Inklusive Produkte zu schaffen, ist kein Hexenwerk. Ein gut vorbereiteter Start und etwas Routine helfen dabei.

Doch wie geht Barrierefreiheit konkret? Wie kann ich sicherstellen, dass im hektischen Projektalltag an Barrierefreiheit gedacht wird? Wie integriere ich Barrierefreiheit in meinen Prozess? Und wo starte ich?

Das sind vermutlich Fragen, die du dir an der einen oder anderen Stelle schon gestellt hast. Wir geben dir 5 praktische Tipps an die Hand, wie du gut vorbereitet in deine barrierearme Produktentwicklung starten kannst.

1. Lege den verfügbaren Umfang für Barrierefreiheit fest

In vielen Projekten ist dem Team nicht klar, welchen Stellenwert Barrierefreiheit für ihr Projekt hat bzw. haben muss (z.B. aufgrund von gesetzlichen Anforderungen).

Kläre deshalb frühzeitig ...

- ... wie viel Budget und Zeit zur Verfügung steht – insgesamt und für Barrierefreiheit.
- ... was innerhalb dieses Rahmens das zu erreichende Ziel für die definierte(n) Zielgruppe(n) mit Behinderungen ist.
- ... welche WCAG-Konformitätsstufe für dein Projekt relevant ist.

2. Bilde dich zu Barrierefreiheit weiter

Ganz ohne Vorkenntnisse geht es nicht. Beschäftige dich mit den für dein Projekt relevanten WCAG-Anforderungen (z.B. der Stufe AA). Informiere Dich regelmäßig über bewährte Praktiken und Standards für die Barrierefreiheit. Es gibt viele gute Online-Kurse und Webseiten, die dir hier weiterhelfen können.

3. Beschäftige dich mit deiner Zielgruppe

Behinderungen sind sehr divers – es gibt Seh- und Hörbehinderungen genauso wie motorische und/oder kognitive Einschränkungen. Lass dich davon nicht überfordern. Beginn mit einem Minimum an Barrierefreiheit für alle, statt auf ein Maximum für Einzelne zu setzen. Wir empfehlen dir zudem Personas einzusetzen. Sie helfen dir, die Zielgruppen zu beleuchten und im ganzen Team transparent zu machen.

4. Setze IMMER mindestens diese 10 Maßnahmen um

- Klare Struktur
- Text für Nicht-Text-Inhalte
- Sichtbarer Fokus
- Klare Beschriftung von Komponenten
- Logische Lesereihenfolge
- Einfache Begriffe
- Kontrastierende Farben
- Limitierte Anzahl an Animationen
- Verständlichkeit ohne Farben
- Zwei-Sinne-Prinzip

5. Verankere Barrierefreiheit im agilen Prozess

Damit Barrierefreiheit ein selbstverständlicher Teil des Projektalltags wird, muss du sie in deine Arbeitsweise und die des Teams integrieren. Wir empfehlen dir folgende Maßnahmen:

- Erstelle dir Checklisten für deine Anforderungen an die Barrierefreiheit (auf Komponenten- und Seitenebene).
- Integriere und prüfe die Anforderungen aus deiner Checkliste in deiner Definition of Ready (DoR) (oder direkt als Akzeptanzkriterien in den User Stories).
- Nutze die Methode „4 Amigos“ = „3 Amigos“ (Product Owner, Entwickler und Tester) + Accessibility Experte.
Hinweis: Neben dem frühzeitigen Erkennen von Herausforderungen ist der praktische Nebeneffekt bei dieser Methode, dass das Wissen über Barrierefreiheit auch bei den anderen Rollen im Team kontinuierlich auf- und ausgebaut wird.
- Prüfe die Barrierefreiheits-Anforderungen im Rahmen einer Design-Abnahme, die generell selbstverständlicher Teil deiner Definition of Done (DoD) sein sollte.
- Optional: Lege eine Quote (z.B. 10%) fest, um Benutzer-tests mit behinderten Benutzern durchzuführen.

Barrierefreiheit ist, wie bei jedem anderen Thema auch, am Ende eine Frage der Routine. Hat das Team einmal losgelegt und ein geschärftes Bewusstsein für Barrierefreiheit erlangt, ist sie schnell ein ganz normaler Bestandteil des Projekts. Und das soll sie ja in einer inklusiven Welt, in der niemand ausgeschlossen wird, auch sein.



Die Stärke des Webs liegt in seiner Universalität. Der Zugang für alle, unabhängig von Behinderungen, ist ein wesentlicher Aspekt.“

– Tim Berners-Lee, W3C-Direktor
und Erfinder des World Wide Web

Originales Zitat: „The power of the web is in its universality. Access by everyone regardless of disability is an essential aspect.“ – Tim Berners-Lee, W3D Director and inventor of the World Wide Web

5. Fazit

Mit Barrierefreiheit kannst du 3-fach gewinnen

Wir sind der festen Überzeugung, dass es sich in mehrfacher Hinsicht lohnt, digitale Produkte und Dienstleistungen barrierefrei zu gestalten.

Gewinne ...

- ... **ethisch** — Durch eine gleichberechtigte und diskriminierungsfreie Teilhabe von allen.
- ... **wirtschaftlich** — Durch deine Chance auf steigende Umsätze.
- ... **gesetzlich** — Durch dein rechtsicheres Handeln.

Wir hoffen, wir konnten dir mit dieser Broschüre das Thema Barrierefreiheit und seine Bedeutung für die Menschen mit Behinderung sowie dein Unternehmen näherbringen.

Lass uns gemeinsam Barrieren abbauen und dadurch viel gewinnen!



Diese Leistungen bringen dich weiter

Wir geben Barrierefreiheit Raum

Inklusion und Gleichstellung aller Menschen ist uns wichtig. Passend zu deinem individuellen Anwendungsfall bieten wir dir verschiedene Formate an, um dein Produkt barrierefrei zu gestalten.

Accessibility Workshop

Wir schaffen mittels eines Workshops Bewusstsein für das Thema und geben dir Infos und Best Practices mit an die Hand.

Accessibility Audit

Wir analysieren Design, Prozess und Implementierung hinsichtlich Barrierefreiheitsvorgaben und leiten konkrete Verbesserungsmaßnahmen ab.

Accessibility Coaching

Wir geben dir Starthilfe rund um das Thema Barrierefreiheit in der Produktentwicklung und beraten dich in Bezug auf deinen aktuellen Prozess.

Accessibility Champion

Wir sorgen in und mit deinem Team dafür, dass Barrierefreiheit natürlicher Bestandteil deines Entwicklungsprozesses wird.



Unsere Angebote lassen sich individuell kombinieren. Du entscheidest, welchen Schritt du zuerst gehen willst.

Wir freuen uns auf dich

Möchtest du die Barrierefreiheit deiner digitalen Produkte verbessern und sicherstellen, dass diese zugänglich sind? Kontaktiere uns für eine unverbindliche Beratung.



Noémie Seï

Senior User Experience Designer
noemie.sei@maibornwolff.de

Noémie Seï ist als Digital Designerin und Accessibility-Expertin bei MaibornWolff tätig. Ihre Begeisterung, gut nutzbare Produkte für alle zu schaffen, bringt Noémie tagtäglich in ihre Arbeit ein.

Wir helfen dir mit maßgeschneiderten Lösungen, den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden und die Zufriedenheit deiner Nutzer*innen zu maximieren.



Esther Eilker

Head of Product Experience Design
esther.eilker@maibornwolff.de

Esther Eilker treibt mit Leidenschaft und Engagement die Integration von User-Centered-Design-Methoden im agilen Entwicklungsprozess voran. Digitale Barrierefreiheit ist für sie eine Herzensangelegenheit.

Jetzt Termin vereinbaren

Scanne einfach den QR-Code und
vereinbare einen Termin mit uns.
Wir freuen uns auf deine Kontaktaufnahme!



Version 1.0
Veröffentlicht am 01.11.2024

Impressum
2019 Maibornwolff GmbH, Theresienhöhe 13, 80339,
München

Autor*innen
Bryan Keller, Nojan Nourbakhah,
Katharina Klostermeier, Marie von der Wehl,
Carina Schlager

Layout
Dan Yan, Annika Voss

Danke an unsere Unterstützer*innen und Expert*innen
Esther Eilker, Noémie Seï, Finn Rook, Stefanie Gröbl, Judith
Grabmayer

Bildquelle
Unsplash Inc
400 McGill suite 500,
Montreal, Canada

people. code. commitment.



MaibornWolff GmbH

Theresienhöhe 13 – 80339 München

+49 89 544 253 000

www.maibornwolff.de