

Zur *Wahrnehmbarkeit* gehört, dass Funktionen und Informationen so präsentiert werden, dass sie von den Nutzenden auch bemerkt werden. Hier findet vor allem das Zwei-Kanal-Prinzip statt: Informationen sollen über zwei unterschiedliche Sinneskanäle wahrgenommen werden können. Sprich, Auskünfte, die sehend erfasst werden können, sollen auch hörbar gemacht werden und andersherum – Videos mit Untertiteln oder Screenreader-Kompatibilität zum Beispiel. Zu dieser Säule gehört auch die Anpassbarkeit der Wiedergabegeschwindigkeit oder der Textgröße.

Das Prinzip der *Verständlichkeit* ist auch außerhalb des Kontextes der IT-Barrierefreiheit nicht zu unterschätzen. Beim nächsten Schreiben vom Amt oder der Steuererklärung wünschen sich sicher die meisten die Option „einfache Sprache“. Ein Glossar kann fachfremden Personen, Menschen mit einer anderen Muttersprache oder kognitiv beeinträchtigten Menschen helfen, die Inhalte besser zu verstehen.

Das letzte Prinzip, die *Robustheit*, ist eher technologischer Natur und bedeutet unterm Strich, dass die Anwendungen konsistent und zuverlässig funktionieren. Ganz allgemein lässt sich sagen, dass Dienstleistungen und Produkte nach dem Gesetz dann barrierefrei sind, wenn sie

- für Menschen mit Behinderung
- in der allgemein üblichen Weise,
- ohne besondere Erschwernis und
- grundsätzlich ohne fremde Hilfe
- auffindbar, zugänglich und nutzbar sind.

Fallstricke: Diese Punkte sind für Unternehmen kritisch

Die Umsetzung einer barrierefreien Webseite ist eine komplexe Aufgabe, die neben sorgfältiger Planung auch entsprechende Ressourcen bedarf – insbesondere für KMU also eine immense Herausforderung. Neben den oben genannten Punkten gibt es viele weitere Aspekte, die berücksichtigt werden müssen.

Wer sich erst einmal ein Bild davon machen will, wie gut die eigene Webseite in Sachen Barrierefreiheit schon aufgestellt ist, kann für den Anfang Dienste im Netz, wie zum Beispiel den kostenlosen [Colour Contrast Analyzer von TPCi](#), nutzen. Er zeigt auf, wie sich Inhalte für Menschen mit Farbenblindheit oder Sehbehinderung optimieren lassen – das gilt sowohl für Text- als auch für Bildmaterial. Für den ersten Überblick, was alles auf Unternehmen zukommt, hat die [IHK München](#) alle Antworten auf die W-Fragen präzise zusammengefasst. Auch SELLWERK bietet in Zusammenarbeit mit der spezialisierten Kanzlei [Dury Legal](#) im September ein [kostenloses Webinar](#) an und zeigt dort, wie Unternehmer:innen Rechtschaos vermeiden und die neuen Vorgaben sicher umsetzen können.

Barrierefreiheit zahlt sich aus: Mehr Umsatz und eine zufriedenerere Kundschaft

Barrierefreiheit ist sehr wichtig für die Teilhabe aller am digitalen Leben und Konsum. Sie ist nicht nur relevant für Menschen mit Behinderung, sondern für uns alle. Sie inkludiert auch jene mit temporären Einschränkungen, technisch weniger versierte Personen und Ältere, für die das schnelle digitale Zeitalter eine Herausforderung sein kann. Sie legt sozusagen heute schon den Grundstein für unser Ich von morgen.

Vorteile bringt die Neuerung jedoch nicht nur für Privatpersonen. Auch wirtschaftlich ist eine schnelle Umsetzung für Unternehmen sinnvoll. Wenn eine Website barrierefrei ist, schneidet sie bei der Sichtbarkeit für Suchmaschinen deutlich besser ab. Durch die bessere Nutzererfahrung und die längere Verweildauer setzen sich Besucher:innen intensiver mit den Inhalten auseinander – was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass sie eine Kaufentscheidung treffen. So können Unternehmen eine breitere Zielgruppe erreichen und gleichzeitig die positive Wahrnehmung der eigenen Marke stärken. Besonders KMU haben der Barrierefreiheit ihrer Webseiten bislang zu wenig Beachtung geschenkt. Sie sollten also die Chance frühzeitig ergreifen und sich bereit machen für die neue Gesetzeslage.

In unserem zweiten [Webinar](#) am 17. September erhalten Verantwortliche wichtige Informationen darüber, wie sie die Unternehmenswebsite gemäß den aktuellen EU-Anforderungen datenschutzkonform gestalten und die Barrierefreiheit im Netz verbessern können. Unsere Partner-Kanzlei DURY LEGAL gibt praxisnahe Einblicke in das IT-Recht und Datenschutz sowie wertvolle Tipps zur Förderung der Barrierefreiheit auf der eigenen Website.

Disclaimer: Trotz sorgfältiger Recherche können wir keine Haftung für den Inhalt dieses Artikels, einschließlich aller externer Links und erwähnten Tools übernehmen.



Über den Autor:

Frank Schieback ist Head of Brand Communication sowie Chief Marketing Officer bei der SELLWERK GmbH & Co. KG, einem Mitglied der Müller Medien-Unternehmensfamilie. Seit nun mehr als zwei Jahrzehnten schafft er für den Mittelstand erfolgsorientierte Möglichkeiten. Begonnen mit der Optimierung des Verzeichnisklassikers Gelbe Seiten bringt er heute mit seinem Team überzeugende digitale Lösungen für den Mittelstand hervor und gestaltet dadurch maßgeblich die Online-Präsenz der KMUs mit. Durch das umfassende SELLWERK-Netzwerk sorgt er außerdem für Austausch, gegenseitige Unterstützung und einen starken Verbund des Mittelstands.

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Im Februar 2024 wurde SELLWERK zudem von Focus Money als Digital Champion 2024 ausgezeichnet. Als Grundlage hierfür wurden die Bereiche Digitalisierung, Technologie und Innovation umfassend anhand von zwei Säulen analysiert: Social Listening und Fragebogen. Insgesamt wurden 12.300 Unternehmen unter die Lupe genommen. Mit 99,1 Punkten belegt SELLWERK den zweiten Platz in der Rubrik Digital-Marketing-Agenturen und liegt damit nur knapp hinter dem Branchensieger.

Weitere Informationen zu SELLWERK finden Sie hier: www.sellwerk.de/pressebereich

Pressekontakt Agentur

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.74 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK

Frank Schieback

CMO – Marketing/Produkt

frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation

angela.steinhart@sellwerk.de