

Der European Accessibility Act

Ein Leitfaden zur Einhaltung der Barrierefreiheit
in der Werbung & Marktkommunikation



Inhaltsverzeichnis:

Einführung	3
1.1 Ziel des Whitepapers	3
1.2 Überblick über den European Accessibility Act.	3
1.3 Relevanz für Werbung und Marktkommunikation	4
Die Grundlagen des European Accessibility Act	5
2.1 Definition und Ziele der Barrierefreiheit	5
2.2 Betroffene Unternehmen.	7
2.3 Rechtsgrundlagen für Barrierefreiheit in Österreich	8
2.4 Zeitplan und Übergangsfristen.	9
Auswirkungen des European Accessibility Act auf B2B-Dienstleistungen	11
3.1 Anpassung von Services für Geschäftskundinnen und -kunden	11
3.2 Herausforderungen und Chancen für Werbung und Marktkommunikation	13
3.3 Zusammenarbeit mit B2B-Kundinnen und Kunden	15
Checkliste für Barrierefreiheit in der Werbung und Kommunikation	17
4.1 Barrierefreie Webgestaltung und digitale Inhalte	17
4.2 Einfache Sprache und verständliche Kommunikation	20
4.3 Gestaltung von barrierefreien Online-Veranstaltungen	22
4.4 Barrierefreie Präsentationen und Formulare.	24
4.5 Integration von Barrierefreiheit in den Kreativprozess	25
Praktische Schritte zur Umsetzung des European Accessibility Act	28
5.1 Tipps zur Integration von Barrierefreiheit in der Werbebranche	28
5.2 Werkzeuge und Technologien zur Unterstützung der Barrierefreiheit	34
5.3 Welche Berufsgruppen in der Werbewirtschaft sind wie betroffen?	36
Fazit und Zukunftsausblick	38
Ressourcen und weiterführende Informationen	39
7.1 Wichtige Links und Dokumente	39
7.2 Quellen.	39

Einführung

1.1 Ziel des Whitepapers

Das Ziel dieses Leitfadens ist es, **Mitgliedern der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation** eine umfassende Orientierung zur Barrierefreiheit im digitalen Raum zu bieten. Es erklärt die rechtlichen Anforderungen des **European Accessibility Act und des österreichischen Barrierefreiheitsgesetzes (BaFG)** und zeigt auf, wie Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche diese in ihren Arbeitsprozessen umsetzen können. Dieses Whitepaper vermittelt Praxisbeispiele zur barrierefreien Gestaltung von Websites, mobilen Anwendungen und digitalen Inhalten. Zudem bietet es praktische Empfehlungen, wie Barrierefreiheit von Anfang an in den Kreativprozess integriert werden kann, um rechtliche Risiken zu minimieren und gleichzeitig eine inklusive Nutzungserfahrung zu schaffen. Es richtet sich speziell an Fachgruppenmitglieder, die nicht nur gesetzliche Vorgaben einhalten, sondern auch innovative und für alle zugängliche Lösungen entwickeln wollen, die eine breitere Zielgruppe erreichen und langfristig Wettbewerbsvorteile sichern.

1.2 Überblick über den European Accessibility Act

Der European Accessibility Act, auf Deutsch Europäischer Rechtsakt zur Barrierefreiheit, Richtlinie (EU) 2019/882, ist eine Rechtsvorschrift der Europäischen Union, die darauf abzielt, Produkte und Dienstleistungen, die in der EU vertrieben werden, barrierefrei zu gestalten.

Ziel ist es, Menschen mit Behinderungen den gleichberechtigten Zugang zu digitalen Angeboten zu ermöglichen und Diskriminierungen zu vermeiden. Die Richtlinie legt Anforderungen fest, die Unternehmen erfüllen müssen, um die Barrierefreiheit bei Produkten und Dienstleistungen sicherzustellen. Dazu zählen Normen für digitale Produkte, wie Websites, mobile Anwendungen und E-Commerce-Plattformen, die darauf abzielen, dass Inhalte für alle Nutzenden zugänglich sind, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten oder Einschränkungen. Die einzelnen EU-Länder erlassen Gesetze, wie das Barrierefreiheitsgesetz (BaFG) in Österreich, um die im European Accessibility Act festgelegten Ziele zu erreichen.

1.3 Relevanz für Werbung und Marktkommunikation

Der European Accessibility Act ist für jedes Unternehmen in der EU relevant, doch gerade für Mitglieder der Fachgruppe von besonders großer Bedeutung. Die Werbebranche entwickelt und gestaltet digitale Kampagnen, Websites und Inhalte, die von einer vielfältigen Zielgruppe genutzt werden. Sie legt damit bereits in der Konzeption den Grundstein, wie die Inhalte technisch für die Nutzenden aufbereitet werden sollen.

Durch die Einhaltung der Vorgaben hinsichtlich Barrierefreiheit stellt die Werbe- und Kommunikationsbranche sicher, dass ihre digitalen Angebote für alle Menschen zugänglich sind, einschließlich Personen mit Behinderungen und Beeinträchtigungen. Dies erweitert nicht nur die Reichweite der Kampagnen, sondern fördert auch ein positives Markenimage, indem Engagement für Inklusion und Gleichberechtigung gezeigt wird. Barrierefreiheit schon im Kreativprozess mitzudenken ist immer kostengünstiger und effizienter, als sie nach einer Abmahnung, Strafandrohung oder Beschwerden zu optimieren.

Zudem hilft die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen, rechtliche Risiken und mögliche Strafen zu vermeiden.

Hinweis: Dieser Text wurde unter Zuhilfenahme von Künstlicher Intelligenz erstellt. Zum Einsatz kamen ChatGPT für Vorschläge und die Ideenfindung sowie DeepL für Übersetzungen. Diese KI-Technologien wurden ausschließlich unterstützend genutzt. Die endgültige Entscheidung über die Inhalte, die mit KI-Hilfe erstellt wurden, lag immer bei einem Menschen.

Die Grundlagen des European Accessibility Act

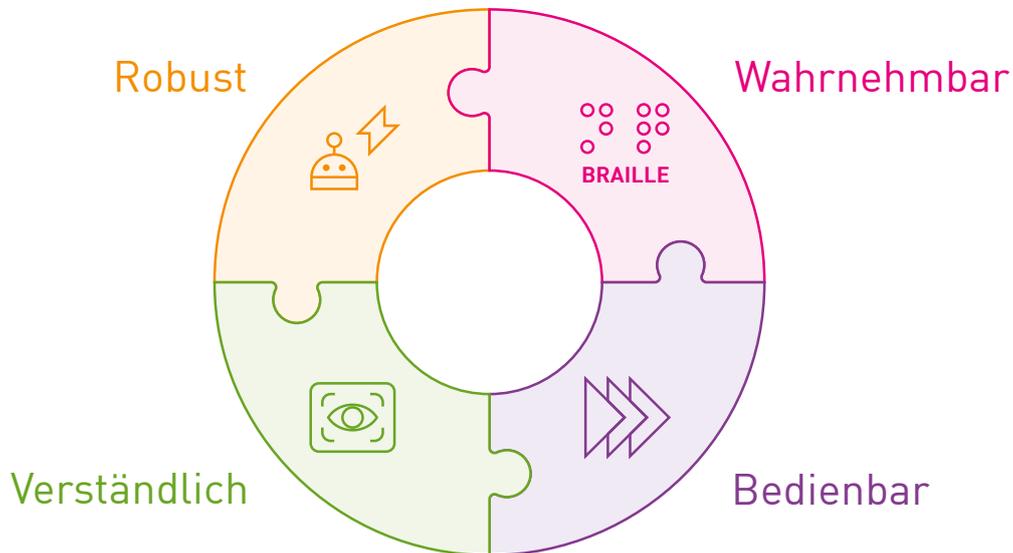
2.1 Definition und Ziele der Barrierefreiheit

Die Ziele der Barrierefreiheit sind es, Inklusion zu fördern, Diskriminierung zu vermeiden und eine gleichberechtigte Teilhabe am digitalen Leben zu ermöglichen. Um diese Grundsätze verwirklichen zu können, müssen die folgenden vier Prinzipien der Barrierefreiheit beachtet werden.

Prinzipien der Barrierefreiheit

- ▶ **Wahrnehmbar:** Informationen und Benutzungsoberflächen müssen so präsentiert werden, dass sie mit allen Sinneswahrnehmungen erfasst werden können. Dies umfasst Textalternativen für Bilder, ausreichende Farbkontraste und die Nutzung von Audiodeskriptionen.
 - ▶ **Bedienbar:** Die Benutzungsoberfläche und die Navigation müssen so gestaltet sein, dass sie mit unterschiedlichen Hilfsmitteln bedient werden können. Dazu gehören Bedienbarkeit mit der Tastatur, ausreichend Zeit zum Lesen und Interagieren sowie klare und konsistente Navigationselemente.
 - ▶ **Verständlich:** Informationen und die Bedienung der Benutzungsoberfläche müssen verständlich sein. Dies bedeutet klare und einfache Sprache, vorhersehbare Funktionen und Unterstützung bei der Fehlerbehebung.
 - ▶ **Robust:** Inhalte müssen robust genug sein, um von einer Vielzahl von Endgeräten, einschließlich Unterstützungstechnologien für Menschen mit Behinderungen, interpretiert werden zu können. Dies erfordert die Einhaltung von Standards und die Erstellung von sauberen und fehlerfreien Quellcodes.
-

Web-Zugänglichkeitsprinzipien



Grafik mit KI generiert

Zielgruppen von Barrierefreiheit

Barrierefreiheit kommt nicht nur Menschen mit Beeinträchtigungen oder Behinderungen zugute, sondern bedeutet Inklusion und Beachtung für eine Vielzahl von Nutzungsgruppen.

- ▶ Menschen mit Behinderungen: z. B. Seheinschränkungen, Höreinschränkungen, motorischen oder kognitiven Einschränkungen
- ▶ Ältere Menschen: Mit zunehmendem Alter können sensorische und motorische Fähigkeiten nachlassen, was die Nutzung unzugänglicher Websites erschwert.
- ▶ Menschen mit temporären Einschränkungen: Personen, die vorübergehend körperliche Einschränkungen haben, etwa nach einer Verletzung, profitieren ebenfalls von barrierefreien Designs.
- ▶ Menschen in unterschiedlichen Umgebungen: Personen, die in lauten oder hellen Umgebungen auf Inhalte zugreifen, benötigen oft alternative Darstellungsformen, wie Untertitel oder kontrastreiche Farben.

Geltungsbereich und betroffene Branchen

Öffentliche Stellen sind bereits seit 2020 zur Barrierefreiheit ihrer Websites und mobilen Anwendungen verpflichtet. Die rechtlichen Grundlagen dafür bilden die Richtlinie 2016/2102 der EU und die davon abgeleiteten nationalen Gesetze wie das Web-Zugänglichkeits-Gesetz (WZG) bzw. Landesgesetze (z.B. Antidiskriminierungsgesetze) in Österreich.

Der European Accessibility Act erweitert nun das Spektrum der betroffenen Branchen um unter anderem den Sektor Informations- und Kommunikationstechnologie, den Finanzdienstleistungsbereich, den Transportsektor, den Bildungsbereich sowie den öffentlichen Sektor. Die Richtlinie umfasst digitale Inhalte wie Websites, mobile Anwendungen, E-Commerce-Plattformen sowie E-Books und Kommunikationsmittel.

Darüber hinaus betrifft der European Accessibility Act auch Unternehmen, die Hardware und Software herstellen und barrierefreie Funktionen integrieren müssen. Durch diese breite Anwendung stellt der European Accessibility Act sicher, dass Barrierefreiheit ein integraler Bestandteil verschiedener Wirtschaftszweige wird, was nicht nur die Inklusion fördert, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen stärkt. Insgesamt betrifft es alle Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen in der EU anbieten.

2.2 Betroffene Unternehmen

Produkte, die barrierefrei sein müssen

- ▶ Hardwaresysteme für Universalrechner für Verbraucherinnen und Verbraucher inkl. Betriebssysteme (z. B. Computer)
- ▶ Selbstbedienungsterminals, beispielsweise Geldautomaten, Fahrkartenautomaten oder Check-In-Automaten
- ▶ Endgeräte, die für elektronische Kommunikationsdienste gebraucht werden (z.B. Mobiltelefone)
- ▶ Endgeräte mit interaktivem Leistungsumfang (z.B. interaktive Fernseher)
- ▶ E-Book-Lesegeräte

Dienstleistungen, die barrierefrei sein müssen

- ▶ Elektronische Kommunikationsdienste (z.B. Internet- und Videotelefonie, Online-Messengerdienste etc.)
- ▶ Dienste, die den Zugang zu audiovisuellen Mediendiensten ermöglichen (z.B. Apps und Websites mit Zugang zu TV- oder Radiosendungen oder regelmäßig ausgespielten Inhalten wie Youtube-Channels, Podcasts etc. gemäß Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz AMD-G)
- ▶ Elemente der Personenbeförderungsdienste wie beispielsweise Websites, Apps, elektronische Tickets und elektronische Ticketdienste (für Stadt-, Vorort- und Regionalverkehrsdienste nur interaktive Selbstbedienungsterminals)
- ▶ Bankdienstleistungen
- ▶ E-Book-Software und E-Books

- ▶ Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr im Rahmen eines Verbrauchervertrages (betrifft daher alle Onlineshop- und Website-Betreiber im Kontext mit B2C-Geschäften).

Das gilt insbesondere für:

- ▶ Web-Shops und Apps im E-Commerce
- ▶ Hotel- und Reiseportale, auf denen Buchungen getätigt werden können
- ▶ Online-Terminbuchungs-Services (auch wenn die Dienstleistung als solche nicht unter das BaFG fallen würde wie etwa Tourismusbetriebe, die ihre Dienstleistung (z.B. Hotel/ Zimmer) online direkt verkaufen)
- ▶ Verlage, die E-Books anbieten
- ▶ Websites, auf denen digitale Mitgliedschaften und Abonnements abgeschlossen werden können

Websites im B2B-Bereich sowie Websites, die keine derartigen Zugänge oder Dienstleistungen ermöglichen, müssen daher nicht barrierefrei sein.

2.3 Rechtsgrundlagen für Barrierefreiheit in Österreich

Barrierefreiheitsgesetz (BaFG)

Das Barrierefreiheitsgesetz (BaFG) setzt den European Accessibility Act in Österreich auf nationaler Ebene um. Neben Vorgaben im Bereich digitaler Produkte und Dienstleistungen umfasst das Gesetz auch den physischen Zugang zu öffentlichen Gebäuden und Verkehrsmitteln sowie die Bereitstellung barrierefreier Informationen in öffentlichen Verwaltungen.

Europäische Norm für digitale Barrierefreiheit EN 301 549

Die harmonisierte europäische Norm für digitale Barrierefreiheit EN 301 549 definiert, wie Websites, mobile Anwendungen und andere digitale Plattformen gestaltet werden müssen, um barrierefrei zu sein. Dazu gehören Anforderungen an die Benutzungsoberfläche, die Navigation, die Kompatibilität mit Unterstützungstechnologien wie Bildschirmlesern und die Bereitstellung von Alternativtexten für visuelle Inhalte. Durch die Einhaltung dieser Norm können Unternehmen sicherstellen, dass ihre digitalen Produkte den europäischen Standards entsprechen.

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)

Die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) sind international anerkannte Richtlinien zur Verbesserung der Barrierefreiheit von Webinhalten. Die Richtlinien der WCAG sind in drei Konformitätslevel eingeteilt (A, AA und AAA), wobei AAA die höchste Konformitätsstufe darstellt. Die aktuelle Version 2.2 Level AA wird von der EU und vielen Ländern als Standard für barrierefreie

Online-Angebote angesehen, sie sind auch Teil der europäischen Norm EN 301 549.

Digital Services Act (DSA)

Dieser Rechtsrahmen stellt vorrangig Anforderungen an Transparenz und Sicherheitsmaßnahmen von Online-Diensten, enthält jedoch auch Hinweise zur Barrierefreiheit in digitalen Plattformen und Services. Die Kommission setzt sich etwa für die Ausarbeitung von Verhaltenskodizes zu Barrierefreiheit im digitalen Bereich unter Beteiligung von Diensteanbietern, Organisationen, die Nutzende vertreten, Organisationen der Zivilgesellschaft oder einschlägigen Behörden ein.

2.4 Zeitplan und Übergangsfristen

Ein klarer Zeitplan und definierte Übergangsfristen sind entscheidend, um die Anforderungen des European Accessibility Act (EAA) und des österreichischen Barrierefreiheitsgesetzes (BaFG) bis zu ihrem Inkrafttreten im Juni 2025 zu erfüllen. Dieser Abschnitt bietet einen Überblick über die wichtigen Meilensteine und Deadlines.

Inkrafttreten des European Accessibility Act

Der European Accessibility Act wurde am 17. April 2019 unterzeichnet. Danach begannen die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union mit der Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht. Unternehmen konnten ab diesem Zeitpunkt beginnen, ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen gemäß den Vorgaben des EAA anzupassen.

Inkrafttreten des Barrierefreiheitsgesetzes (BaFG) in Österreich

Das Barrierefreiheitsgesetz (BaFG) in Österreich wurde am 06. Juli 2023 beschlossen und tritt am 28. Juni 2025 in Kraft. Dieses Gesetz setzt die Bestimmungen des European Accessibility Act auf nationaler Ebene um und legt spezifische Verpflichtungen für österreichische Unternehmen und öffentliche Institutionen fest.

Übergangsfristen zur Einhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen

Um Unternehmen ausreichend Zeit zur Anpassung zu geben, wurden folgende Empfehlungen veröffentlicht und Übergangsfristen festgelegt:

Bis Ende 2024: Bestandsaufnahme

- ▶ Unternehmen wird empfohlen, eine umfassende Analyse ihrer bestehenden digitalen Inhalte und Dienstleistungen durchzuführen, um Bereiche zu identifizieren, die den Barrierefreiheitsstandards nicht entsprechen.

Bis Mitte 2025: Anpassungen und Implementierung

- ▶ Basierend auf der Bestandsaufnahme müssen notwendige Anpassungen vorgenommen werden. Dies umfasst die Überarbeitung von Websites, mobilen Anwendungen und anderen digitalen Plattformen gemäß den Richtlinien des EAA und BFSG.

Ab 28. Juni 2025: Vollständige Einhaltung erforderlich

- ▶ Produkte, die nach dem 28. Juni 2025 in Verkehr gebracht werden, und Dienstleistungen, die für Verbrauchende nach dem 28. Juni 2025 erbracht werden, müssen nun die Anforderungen des Barrierefreiheitsgesetzes einhalten, sonst drohen Strafen.

Bis 28. Juni 2030: Frist für Dienstleistungen vor dem 25. Juni 2025

- ▶ Unternehmen, die ihre digitalen Dienste vor Juni 2025 bereitgestellt haben, haben bis 2030 Zeit, diese barrierefrei zu gestalten. Das gibt allen genug Raum, um Schritt für Schritt barrierefreie Lösungen einzuführen.

Konsequenzen bei Nicht-Einhaltung

Die Nichteinhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen kann für Unternehmen, die digitale Produkte und Dienstleistungen in Österreich anbieten, erhebliche rechtliche und finanzielle Folgen haben:

- ▶ **Bußgelder:** Unternehmen, die die Fristen nicht einhalten, können mit erheblichen Geldstrafen belegt werden.
- ▶ **Rechtliche Schritte:** Betroffene Personen oder Organisationen können rechtliche Schritte einleiten, um die Einhaltung der Barrierefreiheitsstandards durchzusetzen. Außerdem haben sie in Verbindung mit dem Behindertengleichstellungsgesetz und bestehenden Konsumentenschutzgesetzen die Möglichkeit, Gewährleistungs- bzw. Schadenersatzansprüche geltend zu machen.
- ▶ **Reputationsverlust:** Die Nichtbeachtung der Barrierefreiheit kann das Markenimage schädigen und das Vertrauen von Kundinnen und Kunden beeinträchtigen.

Auswirkungen des European Accessibility Act auf B2B-Dienstleistungen

3.1 Anpassung von Services für Geschäftskundinnen und -kunden

Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche müssen bei der Beratung ihrer Geschäftskundinnen und Geschäftskunden korrekt darüber informieren, wie diese ihre Services für Endkonsumentinnen und -konsumenten gesetzeskonform und barrierefrei gestalten bzw. anpassen müssen. Die Anpassung von B2C-Dienstleistungen an das Barrierefreiheitsgesetz ist essenziell, um den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen und eine inklusive Nutzungserfahrung zu gewährleisten.

Darüber hinaus bietet die Berücksichtigung von Barrierefreiheitsaspekten auch im B2B-Bereich zahlreiche Vorteile, wie erweiterte Zielgruppen und verbesserte Nutzungserfahrung für alle. Dazu ist es notwendig, die folgenden Fragen zu klären:

Welche digitalen Inhalte sind aktuell nicht barrierefrei?

Führen Sie eine Bestandsaufnahme Ihrer digitalen Angebote durch, einschließlich Websites, mobile Anwendungen, E-Commerce-Plattformen und Online-Dokumente. Identifizieren Sie Bereiche, die möglicherweise nicht dem Barrierefreiheitsgesetz entsprechen, wie fehlende Alternativtexte für Bilder, unzureichende Farbkontraste oder komplizierte Navigationsstrukturen.

Welche Normen müssen erfüllt werden?

Ein Verständnis für die relevanten Normen wie die EN 301 549 und die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2 Level AA ist hierfür unumgänglich. Um das eigene digitale Angebot evaluieren zu können, muss bekannt sein, welche Anforderungen an digitale Produkte und Dienstleistungen gestellt werden, damit sie in der Planung, Kreation und Entwicklung berücksichtigt werden können.

Wie kann die Benutzersfreundlichkeit für alle Nutzungsgruppen verbessert werden?

Fragen Sie sich dazu: Wie werden Dienstleistungen für verschiedene Nutzungsgruppen, einschließlich Menschen mit Behinderungen, älteren Personen und Personen mit temporären Einschränkungen, zugänglicher gemacht? Welche Anpassungen sind notwendig, um die Wahrnehmbarkeit, Bedienbarkeit und Verständlichkeit Ihrer Services zu erhöhen?

Welche Ressourcen und Schulungen sind erforderlich?

Informieren und schulen Sie Ihre Mitarbeitenden zu den Anforderungen zu Barrierefreiheit, um sie in die Lage zu versetzen, barrierefreie Lösungen zu entwickeln. Falls im eigenen Unternehmen keine ausreichenden Ressourcen oder Expertise vorhanden sind, ist es empfehlenswert, externe Expertise hinzuzuziehen, z.B. zertifizierte Web-Accessibility-Expertinnen und Experten. Diese finden Sie im Firmen A-Z der WKO. Auch Aufklärung und Schulungen von Freelancerinnen und Freelancern sowie Lieferanten müssen mitbedacht werden.

Wie lässt sich die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen messen und überwachen?

Die Anpassung der Inhalte ist der erste Schritt, doch wie kann sichergestellt werden, dass diese auch für die weitere Zukunft richtig sind? Dafür müssen Ziele gesetzt und Methoden entwickelt werden, die eine regelmäßige Überprüfung der Barrierefreiheit der digitalen Angebote gewährleisten. Welche Services und Verfahren eignen sich, um die Einhaltung der Barrierefreiheit kontinuierlich zu überwachen und zu verbessern?

Welche rechtlichen Risiken und Konsequenzen bestehen bei Nicht-Einhaltung?

Informieren Sie sich über die rechtlichen Anforderungen und die möglichen Konsequenzen bei Nicht-Einhaltung des Barrierefreiheitsgesetzes. Fragen Sie sich, wie Sie rechtliche Risiken minimieren und gleichzeitig eine inklusive und zugängliche Nutzungserfahrung bieten können.

Wie kann das Thema Barrierefreiheit in die Unternehmensstrategie integriert werden?

Überlegen Sie, wie Barrierefreiheit als integraler Bestandteil Ihrer Unternehmensstrategie verankert werden kann. Fragen Sie sich, wie Sie und Ihre Mitarbeitenden barrierefreie Praktiken in alle Geschäftsprozesse, Marketingstrategien und Produktentwicklungen einbinden können, um langfristig eine inklusive Marke aufzubauen und wie Sie Ihre Kundinnen und Kunden dabei unterstützen können, etwa im Rahmen von eigenen Schulungen, die Sie als zusätzliche Serviceleistung anbieten.

3.2 Herausforderungen und Chancen für Werbung und Marktkommunikation

Während die Einhaltung von Normen und Standards komplex sein kann, eröffnet die Schaffung barrierefreier Inhalte neue Möglichkeiten zur Erweiterung der Zielgruppe, zu einer höheren Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden und zur Stärkung des Markenimages. Dennoch bringen die Umstellungen unter anderem folgende Herausforderungen mit sich.

Herausforderungen

► Viele Abhängigkeiten durch Normen

Die Einhaltung verschiedener Normen und Standards stellt eine wesentliche Herausforderung dar. Unternehmen müssen sicherstellen, dass ihre digitalen Inhalte den Anforderungen dem European Accessibility Act, der EN 301 549 und den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) entsprechen. Diese Vielzahl an Regelwerken kann zu Verwirrung und erhöhtem Aufwand führen, insbesondere wenn sich die Standards weiterentwickeln oder ergänzen.

► Stolperfallen bei der Umsetzung

Ein häufiges Missverständnis ist beispielsweise, dass barrierefreie PDF-Dokumente automatisch für alle digitalen Plattformen geeignet sind. Jedoch erfüllen sie nicht alle Kriterien für die barrierefreie Veröffentlichung im Web. Unterschiedliche Kanäle benötigen spezifische Anpassungen, was zusätzlichen Aufwand und technisches Know-how erfordert. Ohne sorgfältige Planung können Inhalte, die barrierefrei erscheinen, dennoch für manche Nutzungsgruppen unzugänglich sein und den rechtlichen Anforderungen nicht entsprechen.

► Inhalte vs. Vorgaben für Kundinnen und Kunden

Die Werbe- und Kommunikationsbranche steht vor der Herausforderung, Inhalte zu produzieren, die sowohl kreativ und ansprechend als auch barrierefrei sind. Darüber hinaus muss sie ihren Kundinnen und Kunden klare Vorgaben und Richtlinien mitgeben, damit diese selbst barrierefreie Inhalte erstellen oder von Drittanbietern produzieren lassen können. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit und ein tiefes Verständnis der Barrierefreiheitsstandards, um sicherzustellen, dass alle Beteiligten die gleichen Qualitätsanforderungen erfüllen.

Auch wenn diese Herausforderungen auf den ersten Blick Umstellungen und einen hohen Aufwand bedeuten, muss verdeutlicht werden, dass nicht nur Menschen mit Beeinträchtigungen oder Behinderungen von einer barrierefreien Welt im Web profitieren, sondern hier auch zusätzliche Aufgaben und Arbeitsbereiche für Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche geschaffen werden.

Chancen

► Soziale Verantwortung und Inklusion

Ein barrierefreier Webauftritt sorgt dafür, dass alle Menschen, unabhängig von ihren körperlichen oder kognitiven Fähigkeiten, Zugang zu den bereitgestellten Informationen und Diensten haben.

► Erweiterte Zielgruppe

Barrierefreie Inhalte erreichen eine breitere Zielgruppe. Menschen mit Behinderungen stellen eine signifikante Bevölkerungsgruppe dar, die bislang vielfach unzureichend angesprochen wurde. Allein in Österreich handelt es sich um rund 1,9 Millionen Menschen. Barrierefreie Werbung ermöglicht es, diese Zielgruppe effektiv zu erreichen und ihre Bedürfnisse besser zu bedienen.

► Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Viele Prinzipien der Barrierefreiheit, wie gut strukturierte Inhalte und klare Navigation, sind zugleich Kriterien, um die Website auch für Suchmaschinen zu optimieren. Dies wiederum fließt wieder in die erhöhte Sichtbarkeit der Website ein.

► Positive Markenwahrnehmung

Unternehmen, die sich für Barrierefreiheit engagieren, stärken ihr Markenimage und zeigen damit gesellschaftliche Verantwortung. Dies erhöht das Vertrauen und die Loyalität der Kundinnen und Kunden und auch bei potenziellen neuen Kundinnen und Kunden vermittelt es einen positiven Eindruck über die Inklusion und Gleichberechtigung.

► Wettbewerbsvorteil

Mitglieder der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, die frühzeitig auf Barrierefreiheit setzen, können sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Damit positionieren sie sich als Vorreiterinnen und Vorreiter in einem zunehmend wichtigen Bereich und können sich von Mitbewerberinnen und Mitbewerbern abheben, die diese Aspekte möglicherweise (noch) vernachlässigen. Zudem können barrierefreie Lösungen zu innovativeren und kreativeren Kampagnen führen, die sich positiv auf den Erfolg der Werbemaßnahmen auswirken.

► Rechtliche Sicherheit

Die Einhaltung des Barrierefreiheitsgesetzes minimiert rechtliche Risiken und mögliche Strafen. Unternehmen, die proaktiv Maßnahmen zur Barrierefreiheit ergreifen, sind besser vorbereitet, um gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden und vermeiden kostspielige Rechtsstreitigkeiten.

► Verbesserte Nutzungserfahrung für alle

Barrierefreie Inhalte verbessern die Nutzungserfahrung nicht nur für Menschen mit Behinderungen, sondern auch für die allgemeine Nutzungsbasis. Klare Strukturen, gute Lesbarkeit und einfache Navigation kommen

allen Nutzerinnen und Nutzern zugute und können die Effektivität von Werbekampagnen steigern. Barrierefreie Websites sind oft auch benutzungsfreundlicher für die Allgemeinheit. Was einer Person mit einer Behinderung hilft, kann oft auch für andere nützlich sein (z.B. Untertitel für Hörgeschädigte sind auch hilfreich in lauten Umgebungen). Laut Studien werden 85 Prozent aller Videos auf mobilen Geräten ohne Ton abgespielt und mit Untertitel angesehen. Barrierefreiheit sollte daher nicht nur als rechtliche Verpflichtung, sondern als integraler Bestandteil eines verantwortungsvollen und zukunftsorientierten Unternehmertums betrachtet werden.

3.3 Zusammenarbeit mit B2B-Kundinnen und Kunden

Die Zusammenarbeit mit B2B-Kundinnen und Kunden im Kontext der Barrierefreiheit erfordert, dass auf der einen Seite gesetzliche Verpflichtungen eingehalten und auf der anderen Seite die Interessen der Kundinnen und Kunden gewahrt werden. Hierfür ist es wichtig, sich in beide Seiten der Beziehung hineinzusetzen.

Erwartungen der B2B-Kundinnen und Kunden

Kundinnen und Kunden erwarten von den ausführenden Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche, dass die Umsetzung von Barrierefreiheit nicht zu erheblich höheren Kosten führt, sondern vielmehr die Qualität und Effektivität der Produkte und Dienstleistungen verbessert werden sollen. Barrierefreie Lösungen sollen so integriert werden, dass sie kosteneffizient sind und gleichzeitig einen Mehrwert bieten. Diese Erwartungen können allerdings nicht immer erfüllt werden, da die Ausgangslagen für die Optimierungen zu einem barrierefreien Angebot immer unterschiedlich sind. Es wird empfohlen, Barrierefreiheit bereits von Projektbeginn an mitzudenken, dies ermöglicht eine effiziente Arbeitsweise.

Barrierefreie Lösungen sollen als Inspirationsquelle wahrgenommen werden und nicht als Einschränkung des Kreativprozesses. Barrierefreiheit kann als Wettbewerbsvorteil genutzt werden. Indem die Wiener Kreativbranche inspirierende und gleichzeitig barrierefreie Konzepte präsentiert, hilft sie den Kundinnen und Kunden dabei, innovative Kampagnen zu entwickeln, die eine breitere Zielgruppe ansprechen und gleichzeitig inklusiv sind.

Verpflichtungen der Mitglieder der FG Werbung und Marktkommunikation

Fachgruppenmitglieder müssen bei dem Thema Barrierefreiheit gesetzliche Verpflichtungen beachten und im Implementierungsprozess berücksichtigen, um ein wertvolles Produkt zu schaffen, das den aktuellen Anforderungen entspricht. Diese sind unter anderem:

► **Erfüllung gesetzlicher Anforderungen**

Unternehmen der Kreativbranche sind verpflichtet, die Vorgaben des European Accessibility Act sowie nationale Gesetze wie das Barrierefreiheitsgesetz (BaFG) in Österreich zu erfüllen. Dies bedeutet, dass alle digitalen Produkte und Dienstleistungen den festgelegten Barrierefreiheitsstandards entsprechen müssen. Die Einhaltung dieser gesetzlichen Vorgaben ist nicht nur eine rechtliche Notwendigkeit, sondern trägt auch zur Schaffung eines positiven Markenimages bei.

► **Beratung und Unterstützung der Kundinnen und Kunden**

Neben der Umsetzung barrierefreier Lösungen ist es auch Aufgabe von Fachgruppenmitgliedern, ihre Kundinnen und Kunden aktiv zu beraten und unterstützen. Dies umfasst die Bereitstellung von Vorzeigeprojekten, Schulungen und klaren Richtlinien, damit Kundinnen und Kunden selbst barrierefreie Inhalte erstellen oder von Drittanbietern produzieren lassen können. Eine enge Zusammenarbeit und transparente Kommunikation sind hierbei entscheidend, um sicherzustellen, dass alle Beteiligten die gleichen Qualitätsstandards einhalten.

► **US-Markt als Inspirationsquelle**

Der US-Markt dient oft als Inspirationsquelle für die Werbebranche, da er für seine Innovationskraft und dynamischen Marketingstrategien bekannt ist. Allerdings unterscheidet sich der rechtliche Rahmen in den USA von dem in der EU. Während die EU strenge Regelungen wie den European Accessibility Act und die DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung) implementiert hat, die sich ausdrücklich auf elektronische Anwendungen beziehen, ist die Rechtslage in den USA nicht vergleichbar. Der Americans with Disabilities Act (ADA) von 1990 sowie die Section 508 des Rehabilitation Act von 1973, garantieren Menschen mit Behinderungen den gleichen Zugriff auf Informationen und Dienstleistungen, enthalten aber keine Vorgaben zur Barrierefreiheit. Allerdings haben US-Gerichte entschieden, dass beide Gesetze auch auf das Internet anwendbar sind.

Damit stehen Unternehmen der Werbebranche vor der Herausforderung, sich von Beispielen aus den USA und anderen internationalen Märkten inspirieren zu lassen, diese jedoch so zu adaptieren, dass sie die europäischen gesetzlichen Anforderungen erfüllen. Auf diese Weise können sie ihren Kundinnen und Kunden moderne und effektive Marketingstrategien anbieten, die sowohl inspirierend als auch rechtlich abgesichert sind.

Checkliste für Barrierefreiheit in der Werbung und Kommunikation

4.1 Barrierefreie Webgestaltung und digitale Inhalte

Das Ziel bei der barrierefreien Gestaltung von digitalen Inhalten ist, dass alle Nutzenden, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten, gleichberechtigten Zugang erhalten. Um nachträgliche aufwändige Anpassungen zu vermeiden, ist es sinnvoll, diese Punkte bereits bei der Design- und Content-Erstellung zu berücksichtigen.

Für jedes digitale Format gibt es wichtige Merkmale, die zu barrierefreien Inhalten führen. Im Folgenden werden die wichtigsten Maßnahmen vorgestellt, die Werbe- und Kommunikationsagenturen bei der Erstellung barrierefreier Inhalte unterstützen können. Einen Gesamtüberblick finden Sie in den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) auf der Website der [Web Accessibility Initiative](#).

Online-Shops

- ▶ **Klare und intuitive Navigation:**
 - Eine konsistente Menüstruktur, die leicht verständlich ist.
 - Alle Navigationsfunktionen sind mit der Tastatur bedienbar.
 - ▶ **Produktbilder mit Alternativtexten:**
 - Beschreibende Alt-Texte zu allen Produktbildern hinzufügen, damit Screenreader die Inhalte vermitteln können.
 - ▶ **Barrierefreier Checkout-Prozess:**
 - Einfache und übersichtliche Gestaltung des Bestellvorgangs.
 - Alle Formulare sind gut beschriftet und fehlerfrei.
 - ▶ **Hoher Farbkontrast und lesbare Schriftarten:**
 - Kontrastreiche Farben für Text und Hintergrund, um die Lesbarkeit zu verbessern.
 - Gut lesbare Schriftarten und ausreichende Schriftgrößen.
-

Online-Services

- ▶ **Barrierefreie Formulare:**
 - Alle Formularfelder sind eindeutig beschriftet. Dabei werden die Platzhaltertexte sparsam eingesetzt.
 - Klare Fehlermeldungen und Anweisungen zur Korrektur müssen deutlich angezeigt werden. Pflichtfelder müssen zu Beginn erkennbar sein und vor dem Formular erklärt werden.
- ▶ **Kompatibilität mit Unterstützungstechnologien:**
 - Das Testen der Services mit verschiedenen Screenreadern und anderen unterstützenden Technologien eignet sich, um sicherzustellen, dass alle Aspekte beachtet wurden.
 - Semantisches HTML, um die Struktur der Inhalte klar zu definieren.
- ▶ **Responsives Design:**
 - Die Services sind auf allen Geräten und Bildschirmgrößen gut nutzbar.

Corporate Websites

- ▶ **Semantische HTML-Struktur:**
 - Korrekte HTML-Tags (z.B. Überschriften, Absätze, Listen) verwenden, um die Struktur der Seite klar zu definieren.
- ▶ **Alternative Texte für Bilder und Medien:**
 - Alt-Texte zu allen visuellen Inhalten hinzufügen.
 - Transkripte für Videos und Audiodateien bereitstellen.
- ▶ **Einfache und konsistente Layouts:**
 - Einheitliches Layout, das die Navigation erleichtert und Ablenkungen minimiert.
- ▶ **Barrierefreie Dokumente und Downloads:**
 - Alle herunterladbaren Inhalte sind ebenfalls barrierefrei, z.B. durch Verwendung von barrierefreien PDF-Dateien.

Mobile Apps

- ▶ **Screenreader-Kompatibilität:**
 - Alle Bedienelemente und Inhalte werden von Screenreadern erkannt und korrekt vorgelesen.
 - ▶ **Große und gut platzierte Touch-Ziele:**
 - Buttons und interaktive Elemente müssen groß genug sein, um sie leicht bedienen zu können.
 - ▶ **Anpassbare Textgrößen und Kontraste:**
 - Nutzende können die Textgröße und Farbschemata nach ihren Bedürfnissen anpassen.
-

▶ **Einfache Navigation und Struktur:**

- Klare und intuitive Navigationsstruktur nutzen, die leicht verständlich ist.

Kampagnen & Microsites

▶ **Fokussierte und klare Botschaften:**

- Überladene Inhalte werden vermieden. Der Fokus wird auf klare, verständliche Botschaften gerichtet.

▶ **Barrierefreie Medienintegration:**

- Alle eingebetteten Videos und Bilder sind barrierefrei, z.B. durch Untertitel und Alt-Texte.

▶ **Einfache und konsistente Designs:**

- Einheitliche Designs fördern die Benutzungsfreundlichkeit und minimieren Ablenkungen bei der Nutzung.

▶ **Testen auf Barrierefreiheit:**

- Regelmäßige Tests durchführen, um sicherzustellen, dass die Kampagnen und Microsites allen Nutzenden zugänglich sind.

Social Media

▶ **Verwendung von Alternativtexten:**

- Auch hier sind Alt-Texte zu allen Bildern hinzuzufügen, um deren Inhalte für Screenreader zugänglich zu machen.

▶ **Untertitel für Videos:**

- Alle Videos mit Untertiteln versehen, um sie für gehörlose oder schwerhörige Nutzende zugänglich zu machen und auch die Nutzungsfreundlichkeit zu erhöhen.

▶ **Klare und verständliche Sprache:**

- Einfache und klare Sprache verwenden, um die Inhalte für alle Nutzenden verständlich zu machen.

▶ **Barrierefreie Links und Hashtags:**

- Beschreibende Links verwenden und zu viele Hashtags vermeiden, die die Lesbarkeit beeinträchtigen können.

PDF-Dokumente

▶ **PDF-Dokumente mit Tags verwenden:**

- „Tagged PDF“-Dateien nutzen, um die Struktur und Reihenfolge der Inhalte für Screenreader zu definieren.

▶ **Eingebettete Schriftarten und klare Layouts:**

- Alle Schriftarten sind eingebettet und das Layout ist klar und übersichtlich gestaltet.

▶ **Alternative Texte für Grafiken und Tabellen:**

- Alt-Texte zu allen Grafiken und Tabellen hinzufügen.
-

- ▶ **Vermeidung von Bild-Text-Kombinationen:**
 - Text am besten nicht mit Bildern kombinieren, um die Lesbarkeit und Zugänglichkeit zu verbessern.
- ▶ **Hoher Farbkontrast und lesbare Schriftarten:**
 - Kontrastreiche Farben für Text und Hintergrund, um die Lesbarkeit zu verbessern.
 - Gut lesbare Schriftarten und ausreichende Schriftgrößen.

4.2 Einfache Sprache und verständliche Kommunikation

Einfache Sprache und **verständliche Kommunikation** sind wesentliche Elemente der Barrierefreiheit im Web und müssen von der Werbe- und Kommunikationsbranche für neue Projekte oder Inhalte berücksichtigt werden. Alle Informationen müssen für alle Nutzungsgruppen zugänglich und nachvollziehbar sein, unabhängig von deren sprachlichen Fähigkeiten oder kognitiven Einschränkungen. Inhalte müssen so gestaltet werden, dass sie klar, präzise und leicht verständlich sind. Diese Maßnahme ist bereits ein großer Beitrag zum Thema Barrierefreiheit.

Was bedeutet einfache Sprache und verständliche Kommunikation?

Einfache Sprache zeichnet sich durch klare und direkte Ausdrucksweise aus. Sie vermeidet komplexe Satzstrukturen, Fachbegriffe und unnötige Ausschmückungen. Ziel ist es, Informationen so zu präsentieren, dass sie von einer breiten Zielgruppe leicht verstanden werden können.

Verständliche Kommunikation geht über die einfache Sprache hinaus und umfasst die gesamte Gestaltung der Informationsvermittlung, einschließlich visueller Elemente, Layout und Struktur der Inhalte.

Die Prinzipien der einfachen Sprache umfassen:

- ▶ **Kurze Sätze:** Vermeidung von langen und verschachtelten Sätzen.
- ▶ **Klare Wörter:** Nutzung von alltäglichen Begriffen statt Fachjargon.
- ▶ **Aktive Sprache:** Verwendung von aktiven statt passiven Formulierungen.
- ▶ **Strukturierte Inhalte:** Logische Gliederung und klare Überschriften.
- ▶ **Visuelle Unterstützung:** Einsatz von Bildern, Icons und Infografiken zur Unterstützung des Textverständnisses.

Wie wird einfache Sprache und verständliche Kommunikation in der Konzeption berücksichtigt?

- 1. Zielgruppenanalyse durchführen:**
 - Erheben Sie die Bedürfnisse und Fähigkeiten der Zielgruppen.
 - Identifizieren Sie potenzielle Barrieren in der Sprachverständlichkeit und passen Sie Ihre Kommunikation entsprechend an.
 - 2. Klare und präzise Botschaften formulieren:**
 - Entwickeln Sie Kernaussagen, die einfach und direkt sind.
 - Vermeiden Sie unnötige Fachbegriffe und komplexe Satzstrukturen.
 - 3. Strukturierte Inhalte erstellen:**
 - Nutzen Sie Überschriften, Zwischentitel und Absätze, um den Text zu gliedern.
 - Verwenden Sie Aufzählungen und nummerierte Listen, um Informationen übersichtlich darzustellen.
 - 4. Visuelle Elemente integrieren:**
 - Ergänzen Sie Texte mit Bildern, Icons und Infografiken, um komplexe Informationen zu veranschaulichen.
 - Achten Sie darauf, dass visuelle Elemente ebenfalls barrierefrei sind, indem Sie beispielsweise Alt-Texte verwenden.
 - 5. Benutzungsfreundliches Design anwenden:**
 - Gestalten Sie Websites und digitale Inhalte so, dass sie leicht navigierbar sind.
 - Nutzen Sie ausreichend Kontraste und gut lesbare Schriftarten, um die Lesbarkeit zu erhöhen.
 - 6. Feedback einholen und testen:**
 - Bitten Sie Nutzungsgruppen mit unterschiedlichen Fähigkeiten um Feedback zu Ihren Inhalten.
 - Führen Sie Usability-Tests durch, um die Verständlichkeit und Zugänglichkeit Ihrer Kommunikation zu überprüfen.
 - 7. Schulung und Weiterbildung der Mitarbeitenden:**
 - Schulen Sie Ihre Teams in den Prinzipien der einfachen Sprache und verständlichen Kommunikation.
 - Fördern Sie ein Bewusstsein für die Bedeutung barrierefreier Kommunikation innerhalb des Unternehmens.
 - 8. Kontinuierliche Überprüfung und Anpassung:**
 - Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Kommunikationsprozesse und passen Sie diese bei Bedarf an.
 - Informieren Sie sich über aktuelle Vorzeigeprojekte und gesetzliche Anforderungen, um stets barrierefreie Inhalte zu gewährleisten.
-

Vorteile einfacher Sprache und verständlicher Kommunikation

Einfache Sprache und verständliche Kommunikation bieten viele Vorteile für die Werbe- und Kommunikationsbranche, vor allem aber für Kundinnen und Kunden sowie Endnutzerinnen und Endnutzer:

- ▶ **Erhöhte Reichweite:** Inhalte, die leicht verständlich sind, können von einer größeren Zielgruppe genutzt werden.
- ▶ **Verbesserte Nutzungserfahrung:** Klare und strukturierte Kommunikation erleichtert das Verständnis und die Interaktion mit den Inhalten.
- ▶ **Stärkeres Markenimage:** Unternehmen, die barrierefreie Kommunikation praktizieren, werden als inklusiv und publikumsorientiert wahrgenommen. Dies verbessert das Vertrauen.
- ▶ **Rechtliche Sicherheit:** Die Einhaltung von Barrierefreiheitsstandards minimiert das Risiko von rechtlichen Konsequenzen und fördert die Compliance mit gesetzlichen Vorgaben.

4.3 Gestaltung von barrierefreien Online-Veranstaltungen

Barrierefreie Online-Veranstaltungen ermöglichen es allen Teilnehmenden, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten, aktiv und uneingeschränkt mitzuwirken. Dazu werden digitale Events so gestaltet, dass sie den Bedürfnissen von Menschen mit unterschiedlichen Einschränkungen gerecht werden. Dies umfasst sowohl den technischen Zugang zur Veranstaltung als auch die barrierefreie Gestaltung der Inhalte während des Events.

1. Barrierefreie Plattformen für Online-Veranstaltungen

- ▶ **Barrierefreie Event-Plattformen:** Wählen Sie Plattformen, die barrierefrei sind. Das bedeutet, dass sie mit Screenreadern kompatibel sein müssen, eine Tastaturnavigation ermöglichen und auch andere Assistenztechnologien unterstützen.
- ▶ **Unterstützung für mobile Geräte:** Stellen Sie sicher, dass die Plattform sowohl auf Desktops als auch auf mobilen Geräten reibungslos funktioniert. Das gewährleistet, dass Teilnehmende unabhängig von ihrem Endgerät problemlos auf die Veranstaltung zugreifen können.
- ▶ **Automatisierte und manuelle Tests:** Vor der Veranstaltung werden Plattformen auf Barrierefreiheit getestet, um sicherzustellen, dass alle Funktionen zugänglich sind. Manuelle Tests mit Screenreadern und Unterstützungstechnologien sind ebenso wichtig wie automatisierte Tests.

2. Live-Untertitel sowie Gebärdensprachdolmetschung

- ▶ **Echtzeit-Untertitel:** Stellen Sie für alle Audio- und Videoelemente Echtzeit-Untertitel bereit, um gehörlosen oder schwerhörigen Personen den Zugang

zu erleichtern. Dies kann durch automatische Untertiteldienste oder professionelle Untertitlerinnen und Untertitler erfolgen.

- ▶ **Gebärdensprachdolmetschung:** Bei Bedarf werden Gebärdensprachdolmetscherinnen oder Gebärdensprachdolmetscher in die Veranstaltung integriert, um die Inhalte für gehörlose Menschen zugänglich zu machen. Diese müssen während der gesamten Veranstaltung sichtbar sein.

3. Barrierefreie Präsentationsinhalte

- ▶ **Textliche und visuelle Zugänglichkeit:** Präsentationen enthalten gut strukturierte Inhalte mit klarer Gliederung und einer leserfreundlichen Schriftgröße. Achten Sie auf hohe Kontraste zwischen Text und Hintergrund, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.
- ▶ **Verwendung von Alternativtexten:** Alle Bilder, Grafiken und Diagramme, die während der Veranstaltung gezeigt werden, sind mit beschreibenden Alt-Texten versehen, damit sie für Screenreader zugänglich sind.
- ▶ **Bereitstellung von Transkripten:** Nach der Veranstaltung werden Transkripte aller gesprochenen Inhalte, einschließlich der Diskussionen und Fragen, bereitgestellt.

4. Interaktive und barrierefreie Teilnahmeoptionen

- ▶ **Fragen und Antworten:** Gestalten Sie interaktive Funktionen wie Fragerunden so, dass alle Teilnehmenden sie nutzen können. Das bedeutet, dass sowohl die Tastatureingabe als auch Spracherkennung unterstützt werden.
- ▶ **Anpassbare Teilnahmeoptionen:** Bieten Sie verschiedene Kommunikationswege an, damit sich alle Teilnehmenden auf die für sie bequemste Weise beteiligen können. Das kann über Chats, gesprochene Fragen oder alternative Eingabemethoden erfolgen.
- ▶ **Zusätzliche Pausen:** Planen Sie längere Pausen ein, um sicherzustellen, dass auch Personen mit besonderen Bedürfnissen oder kognitiven Einschränkungen genügend Zeit haben, sich zu erholen.

5. Testen und Proben vor der Veranstaltung

- ▶ **Testläufe mit Unterstützungstechnologien:** Führen Sie vor der Veranstaltung einen vollständigen Testlauf durch, um sicherzustellen, dass alle barrierefreien Maßnahmen funktionieren. Dies sollte mit gängigen Unterstützungstechnologien wie Screenreadern, Vergrößerungssoftware und Spracherkennung erfolgen.
- ▶ **Feedback von Menschen mit Behinderungen:** Lassen Sie die Veranstaltung von Menschen mit Behinderungen testen, um sicherzustellen, dass alle Barrieren erkannt und behoben werden.

6. Nach der Veranstaltung: Barrierefreie Aufzeichnungen

- ▶ **Barrierefreie Aufzeichnungen und Untertitel:** Stellen Sie nach der Veranstaltung die Aufzeichnung des Events bereit und versehen Sie diese mit vollständigen Untertiteln und einem Transkript der gesamten Veranstaltung, einschließlich aller Fragen und Antworten.
- ▶ **Downloadbare barrierefreie Materialien:** Sämtliche Materialien, die während der Veranstaltung verwendet wurden (z.B. Präsentationen, Handouts), stehen in barrierefreien Formaten (z.B. getaggte PDF-Dokumente) zum Download zur Verfügung.

4.4 Barrierefreie Präsentationen und Formulare

Barrierefreie Präsentationen und Formulare sind essenziell, um sicherzustellen, dass alle Menschen, unabhängig von ihren Fähigkeiten, uneingeschränkt auf Informationen zugreifen und an Interaktionen teilnehmen können. Insbesondere in der digitalen Kommunikation und bei Online-Veranstaltungen tragen barrierefreie Präsentationen dazu bei, Inhalte verständlich und zugänglich zu machen. Besonders für Kundschaft wie Ämter und Behörden müssen Formulare so gestaltet sein, dass sie von allen Nutzenden problemlos ausgefüllt und navigiert werden können. Durch die Anwendung von Barrierefreiheitsprinzipien bei Präsentationen und Formularen wird die Inklusion gefördert und eine größere Zielgruppe erreicht.

Barrierefreie Präsentationen

1. Klare und einfache Struktur:

- Verwenden Sie klare Überschriften, logische Gliederungen und ausreichend große Schriftgrößen, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.
- Nutzen Sie gut sichtbare Farbkontraste, damit alle Inhalte auch bei eingeschränktem Sehvermögen erkennbar sind. Achten Sie darauf, dass der Text deutlich vor dem Hintergrund steht.

2. Alternativtexte für Bilder und Grafiken:

- Stellen Sie sicher, dass alle visuellen Inhalte wie Bilder, Diagramme oder Grafiken mit Alternativtexten versehen sind, damit sie für Screenreader zugänglich sind.
- Wenn Sie Infografiken verwenden, fügen Sie eine textbasierte Erklärung bei, die die visuellen Inhalte beschreibt.

3. Einsatz von Untertiteln und Transkripten:

- Sorgen Sie dafür, dass Live-Untertitel während der Veranstaltung verfügbar sind, insbesondere bei Videos und Audioinhalten.
- Nach der Veranstaltung werden vollständige Transkripte bereitgestellt, um gehörlose oder schwerhörige Personen zu unterstützen.

4. Verwendung barrierefreier Software und Plattformen:

- Wählen Sie Plattformen, die Screenreader und Tastaturnavigation unterstützen, um sicherzustellen, dass alle Teilnehmenden, einschließlich Menschen mit Seh- oder Mobilitätseinschränkungen, die Veranstaltung verfolgen können.

Barrierefreie Formulare

1. Eindeutige und beschriftete Felder:

- Alle Formularfelder sind mit klaren Beschriftungen versehen, damit Nutzende genau wissen, was in jedes Feld eingegeben werden soll. Verwenden Sie Platzhaltertexte sparsam und vermeiden Sie unklare Formulierungen.

2. Tastatur-Navigation:

- Formulare sind vollständig mit der Tastatur navigierbar, so dass Nutzende ohne Maus problemlos von einem Feld zum nächsten gelangen können.

3. Fehlermeldungen und Anweisungen:

- Fehlermeldungen sind klar und verständlich und teilen den Nutzenden mit, welche Informationen fehlen oder falsch eingegeben wurden. Sie bieten zudem Anleitungen zur Behebung des Fehlers an.
- Pflichtfelder sind klar gekennzeichnet, um Missverständnisse zu vermeiden.

4. Kompatibilität mit Unterstützungstechnologien:

- Testen Sie Formulare auf die Kompatibilität mit Screenreadern und anderen Unterstützungstechnologien, um sicherzustellen, dass alle Nutzende die Formulare problemlos ausfüllen können.

4.5 Integration von Barrierefreiheit in den Kreativprozess

Die Integration von Barrierefreiheit in den Kreativprozess ist für Unternehmen in der Werbung und Marktkommunikation von entscheidender Bedeutung, um sicherzustellen, dass alle digitalen und physischen Inhalte für eine breite Zielgruppe zugänglich sind. Indem Barrierefreiheit bereits in der ersten Phase der Konzeption berücksichtigt wird, können Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche inklusive und effektivere Kampagnen entwickeln, die den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und gleichzeitig das Nutzungserlebnis verbessern.

1. Barrierefreiheit in der Projektplanung bedenken

- ▶ **Projektbriefings und Anforderungen:** Barrierefreiheit wird von Anfang an als grundlegendes Kriterium in den Projektbriefings und Anforderungen festgelegt. Dies hilft dabei, klare Erwartungen zu setzen und Barrieren im späteren Verlauf zu vermeiden.

- ▶ **Ziele und Standards definieren:** Spezifische Barrierefreiheitsziele werden festgelegt und orientieren sich an anerkannten Standards wie den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) und der europäischen Norm EN 301 549.

2. Schulung und Sensibilisierung der Teams

- ▶ **Weiterbildung der Mitarbeitenden:** Für Kreativ- und Entwicklungsteams bedarf es einer regelmäßigen Schulung zu den Prinzipien der Barrierefreiheit. Dies fördert ein Bewusstsein für die Bedeutung inklusiver Gestaltung, vermittelt praktische Kenntnisse zur Umsetzung und festigt das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Barrierefreiheit für die Gesellschaft.
- ▶ **Vorzeigeprojekte teilen:** Austausch von Best Practices und erfolgreichen Beispielen innerhalb des Teams, um kontinuierlich barrierefreie Lösungen zu entwickeln.

3. Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen

- ▶ **Nutzungsgruppen erweitern:** Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen in die Nutzungsforschung integrieren, um ein besseres Verständnis ihrer Bedürfnisse und Herausforderungen zu gewinnen und ihr Feedback bei den weiteren Schritten zu berücksichtigen.

4. Nutzung von Personas und Szenarien

- ▶ **Barrierefreie Personas erstellen:** Die Entwicklung von Personas, die verschiedene Behinderungen und Einschränkungen repräsentieren, können den kreativen Prozess gezielt auf die Bedürfnisse dieser Nutzungsgruppen ausrichten.
- ▶ **Szenarien durchspielen:** Nutzungsszenarien aus der Perspektive dieser Personas simulieren, um potenzielle Barrieren frühzeitig zu identifizieren und zu beseitigen.

5. Designprinzipien für Barrierefreiheit anwenden

- ▶ **Kontraste und Farben:** Kontrastreiche Farbschemata erarbeiten und vermeiden von Farbkombinationen, die für farbsehbehinderte Nutzende schwer erkennbar sind.
- ▶ **Typografie:** Gut lesbare Schriftarten verwenden. Die Textgröße muss angepasst werden können, um die Lesbarkeit für alle Nutzenden zu gewährleisten.
- ▶ **Einfache Navigation:** Intuitive und leicht navigierbare Benutzungsoberflächen, die auch mit Tastatur und Unterstützungstechnologien problemlos bedient werden können, sind ebenfalls für ein barrierefreies Design notwendig.

6. Barrierefreie Inhalte erstellen

- ▶ **Alternativtexte verwenden:** Beschreibende Alternativtexte zu Bildern, Grafiken und Medien hinzufügen, damit Screenreader die Inhalte vermitteln können.
- ▶ **Multimediale Inhalte ergänzen:** Untertitel und Transkripte für Videos und Audiodateien bereitstellen, um Inhalte für gehörlose oder schwerhörige Nutzende zugänglich zu machen.

7. Zusammenarbeit mit Expertinnen und Experten

- ▶ **Barrierefreiheitspezialistinnen und -spezialisten einbinden:** Eine enge Zusammenarbeit mit Barrierefreiheitsexpertinnen und -experten wird von Beginn an empfohlen, um sicherzustellen, dass alle Aspekte der Zugänglichkeit abgedeckt sind.
- ▶ **Externe Audits nutzen:** Lassen Sie Konzepte und Designs regelmäßig von externen Expertinnen und Experten prüfen, um objektives Feedback und Verbesserungsvorschläge zu erhalten.

8. Wiederholtes Testen und Optimieren

- ▶ **Prototypen testen:** Frühzeitige Tests der Benutzungsfreundlichkeit mit barrierefreien Prototypen durchführen, um potenzielle Probleme zu identifizieren und zu beheben.
 - ▶ **Kontinuierliche Anpassung:** Systemimplementierung zur kontinuierlichen Überprüfung und Optimierung der erstellten Inhalte, um sicherzustellen, dass diese stets den aktuellen Barrierefreiheitsstandards entsprechen.
-

Praktische Schritte zur Umsetzung des European Accessibility Act

5.1 Tipps zur Integration von Barrierefreiheit in der Werbebranche

Durch systematische Bewertungen, gezielte Audits und kontinuierliche Weiterbildung können Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche sicherstellen, dass ihre Dienstleistungen den hohen Standards der Barrierefreiheit entsprechen. Die folgenden fünf Schritte helfen der Wiener Kreativbranche dabei, ihre Dienstleistungen und interne Prozesse anzupassen.

Schritt 1: Status quo bewerten

Der erste Schritt zur Integration von Barrierefreiheit besteht darin, die aktuellen Prozesse, Dienstleistungen und Produkte im Unternehmen zu bewerten. Dies beinhaltet eine umfassende Analyse der bestehenden digitalen Angebote und Arbeitsabläufe. Ziel ist die Identifizierung von Stärken und Schwächen, um anschließend gezielte Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit zu entwickeln.

- ▶ **Accessibility Audits:** Eine zentrale Methode zur Bewertung der Barrierefreiheit digitaler Inhalte. Sie umfassen eine detaillierte Überprüfung von Websites, mobilen Anwendungen und anderen digitalen Plattformen anhand der Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) und der EN 301 549 durch zertifizierte Web-Accessibility-Fachleute. Diese finden Sie im Firmen A-Z der WKÖ. Sie helfen, Barrieren und deren Ursachen zu identifizieren und ermöglichen eine gezielte Optimierung der digitalen Angebote.
 - ▶ **Priorisierung kritischer Nutzungsflüsse und Barriereanalysen:** Nicht alle Nutzungsflüsse sind gleich wichtig für die Barrierefreiheit. Zu den kritischen Abläufen, die für die meisten Nutzungsgruppen von zentraler Bedeutung sind, gehören beispielsweise der Anmeldeprozess in einem Online-Shop, die Navigation auf einer Corporate Website oder die Interaktion mit einer mobilen App. Diese Schlüsselbereiche werden als erstes gezielt analysiert, um die dringendsten Barrieren zu identifizieren und schnell zu beheben. Damit können rasch erste Erfolge mit Barrierefreiheitsmaßnahmen erzielt werden.
-

- ▶ **Ermittlung von Wissenslücken im Team und Planung von Schulungen:** Ein erfolgreiches Barrierefreiheitsmanagement erfordert umfassendes Wissen und Sensibilität im gesamten Team. Daher ist es wichtig, Wissenslücken innerhalb des Unternehmens zu identifizieren und gezielte Schulungsmaßnahmen zu planen.
- ▶ **Nutzung von Hilfsmitteln und Technologien:** Der Einsatz spezialisierter Software und Technologien erleichtert den Anpassungsprozess erheblich. Automatisierte Testwerkzeuge, die auf WCAG-Standards basieren, helfen dabei, Barrieren frühzeitig zu erkennen und zu beheben. Außerdem gestalten Content-Management-Systeme (CMS) und Design-Software mit integrierten Barrierefreiheitsfunktionen die Erstellung und Verwaltung barrierefreier Inhalte effizienter.
- ▶ **Dokumentation und Reporting:** Eine sorgfältige Dokumentation aller Maßnahmen zur Barrierefreiheit ist unerlässlich. Dies umfasst die Aufzeichnung der durchgeführten Audits, die identifizierten Barrieren und die ergriffenen Maßnahmen zur Behebung dieser Barrieren. Regelmäßige Reports ermöglichen es, den Fortschritt zu überwachen und transparent über die Einhaltung der Barrierefreiheitsstandards zu berichten. Eine umfassende Dokumentation unterstützt nicht nur die interne Nachverfolgung, sondern dient auch als Nachweis gegenüber Kundinnen und Kunden sowie Aufsichtsbehörden.

Schritt 2: Barrierefreiheitsstrategie entwickeln

Im Folgenden werden die wesentlichen Schritte zur Entwicklung einer effektiven Barrierefreiheitsstrategie erläutert.

- ▶ **Priorisierung und Umsetzung der Audit-Ergebnisse:** Nachdem Accessibility Audits durchgeführt wurden, ist es entscheidend, die identifizierten Barrieren systematisch zu priorisieren und umzusetzen.

Bewertung der Dringlichkeit:

- Welche Barrieren haben den größten Einfluss auf die Nutzungserfahrung?
- Darauf folgt eine Priorisierung der Behebung kritischer Probleme, die die Zugänglichkeit am stärksten beeinträchtigen.

Erstellung eines Umsetzungsplans:

- Ein detaillierter Plan zur Behebung der identifizierten Barrieren hilft dabei, eine Struktur zu geben. Dieser muss Zeitrahmen und Verantwortlichkeiten einschließen.
- Klare Meilensteine sind wichtig, um den Fortschritt zu überwachen und sicherzustellen, dass die Maßnahmen termingerecht umgesetzt werden.

Ressourcenzuweisung:

- Ausreichende Ressourcen identifizieren, sowohl personell als auch finanziell, zur Verfügung stehen, um die notwendigen Anpassungen vorzunehmen.
- Interne Expertise in Anspruch nehmen und bei Bedarf externe Spezialisten hinzuziehen, um die Umsetzung zu unterstützen.

-
- **Integration von Barrierefreiheit in zukünftige Prozesse und Projekte:** Dies wird durch folgende Maßnahmen erreicht.

Standardisierung von Prozessen:

- Standardisierte Arbeitsabläufe entwickeln, die Barrierefreiheit von Anfang an berücksichtigen.
- Integration von Barrierefreiheitsprüfungen in den gesamten Projektlebenszyklus, von der Konzeption bis zur finalen Umsetzung.

Kontinuierliche Verbesserung:

- Etablierung von kontinuierlichem Verbesserungsprozess, um Barrierefreiheit stets auf dem neuesten Stand zu halten.
- Nutzen von Feedback und Testergebnissen, um Prozesse regelmäßig zu überprüfen und anzupassen.

- **Dokumentation und Vorzeigeprojekte:**

- Dokumentation von allen Maßnahmen und Erfahrungen im Umgang mit Barrierefreiheit.
- Erstellung von Leitfäden und Best Practices, die als Referenz für zukünftige Projekte dienen können.

- **Verantwortlichkeiten und Wissen im Team verankern:** Um Barrierefreiheit effektiv zu integrieren, müssen Verantwortlichkeiten klar definiert und das Wissen im Team verankert werden:

Zuweisung von Verantwortlichkeiten:

- Bestimmung von spezifischen Rollen innerhalb des Teams und Verantwortlichkeiten für die Umsetzung von Barrierefreiheit.
- Ernennung von Accessibility-Beauftragten oder ein dediziertes Team, das sich ausschließlich mit Barrierefreiheitsfragen beschäftigt.

Schulung und Weiterbildung:

- Investition in regelmäßige Schulungen und Weiterbildungen, um das Wissen über Barrierefreiheit im Team zu erweitern.
- Förderung des Bewusstseins für die Bedeutung von Barrierefreiheit und motivieren Sie das Team, kontinuierlich zu lernen und sich weiterzuentwickeln.

Förderung einer inklusiven Unternehmenskultur:

- Schaffung einer Unternehmenskultur, die Inklusion und Barrierefreiheit als zentrale Werte betrachtet.
 - Alle Mitarbeitenden dazu ermutigen, sich aktiv an der Verbesserung der Barrierefreiheit zu beteiligen und innovative Lösungen zu entwickeln.
-

- ▶ **Benötigte Hilfsmittel und Ressourcen identifizieren:** Der Einsatz geeigneter Werkzeuge und Ressourcen ist entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von Barrierefreiheitsmaßnahmen:

Barrierefreiheits-Tools einsetzen:

- Nutzung von spezialisierten Tools zur Überprüfung und Verbesserung der Barrierefreiheit, wie z.B. automatische Scanner und manuelle Testwerkzeuge.
- Integration dieser Tools in den Entwicklungsprozess, um kontinuierlich die Zugänglichkeit Ihrer digitalen Angebote zu überwachen.

Ressourcenplanung:

- Identifizierung von notwendigen Ressourcen, einschließlich Software, Hardware und Fachwissen, um Barrierefreiheitsmaßnahmen effektiv umzusetzen.
- Sicherstellung, dass diese Ressourcen verfügbar sind und effizient genutzt werden können.

Schritt 3: Schulungen und Unterstützung

Durch gezielte Schulungen, klare Rollenzuweisungen und die Bereitstellung von Ressourcen stellen Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche sicher, dass alle Teammitglieder über das nötige Wissen und die Fähigkeiten verfügen, um barrierefreie Inhalte zu erstellen und zu pflegen.

- ▶ **Schulungen** sind entscheidend, um das Bewusstsein und das Verständnis für Barrierefreiheit im gesamten Team zu fördern. Regelmäßige Weiterbildungen helfen den Mitarbeitenden, die Prinzipien der Barrierefreiheit zu verinnerlichen und praktische Kenntnisse zur Umsetzung zu erwerben. Schulungen umfassen sowohl theoretische Grundlagen und technische Aspekte als auch praktische Übungen, um die Anwendung der Barrierefreiheitsstandards in realen Projekten zu erleichtern. Sowohl interne Workshops als auch externe Seminare oder die Zusammenarbeit mit Barrierefreiheitsexpertinnen und Barrierefreiheitsexperten sind möglich.
- ▶ **Klare Rollenzuweisungen innerhalb des Teams** sorgen dafür, dass die Verantwortung für Barrierefreiheit eindeutig verteilt ist. Jeder im Team muss wissen, welche Aufgaben er in Bezug auf die Barrierefreiheit übernimmt. Wird ein Teammitglied beispielsweise als Accessibility-Beauftragter oder Accessibility-Beauftragte benannt, überwacht es die Einhaltung der Standards und dient als Ansprechperson für Barrierefreiheitsfragen. Klare Rollen fördern die Effizienz und stellen sicher, dass Barrierefreiheit kontinuierlich berücksichtigt wird.
- ▶ **Kontinuierliche Unterstützung:** Barrierefreiheit ist ein dynamisches Feld, das ständige Anpassungen und Verbesserungen erfordert. Richten Sie daher Mechanismen ein, um auf neue Herausforderungen schnell und effektiv zu reagieren. Dies umfasst die Bereitstellung von Ressourcen wie aktuellen Schulungsmaterialien, Zugang zu Expertinnen und Experten sowie die Nutzung von Best Practices, um auf dem neuesten Stand der Technik zu bleiben.

Zusätzlich ist es empfehlenswert, einen offenen Kommunikationskanal etablieren, über den Teammitglieder Fragen stellen und Unterstützung bei der Umsetzung barrierefreier Lösungen erhalten können. Durch regelmäßige Meetings und Feedback-Sitzungen wird sichergestellt, dass alle Teammitglieder auf dem gleichen Wissensstand sind und gemeinsam an der Verbesserung der Barrierefreiheit arbeiten.

Schritt 4: Barrierefreiheit umsetzen

Die Umsetzung der Barrierefreiheitsstrategie erfordert den Einsatz geeigneter **Test-Software, manuelle Tests** und die **Einbindung von Menschen mit Behinderungen** in den Bewertungsprozess. Durch diese Maßnahmen stellen Unternehmen sicher, dass ihre digitalen Produkte tatsächlich barrierefrei sind und den Bedürfnissen aller Nutzenden entsprechen.

- ▶ **Nutzung von Test-Software:** Diese unterstützt die automatisierte Überprüfung der Barrierefreiheit digitaler Inhalte. Tools wie Axe, WAVE oder Lighthouse helfen dabei, technische Barrieren schnell zu identifizieren und zu beheben. Diese automatisierten Tests können regelmäßig durchgeführt werden, um die Konformität mit den WCAG-Standards zu überwachen.
- ▶ **Manuelle Tests** sind neben dem Einsatz von Test-Software unerlässlich, um Aspekte zu prüfen, die von Software-Tools nicht erfasst werden können. Dazu gehören die Benutzungsfreundlichkeit, die Verständlichkeit von Inhalten und die Interaktion mit Unterstützungstechnologien wie Screenreadern. Manuelle Tests ermöglichen eine detaillierte Bewertung der Nutzungserfahrung und helfen dabei, subtile Barrieren aufzudecken, die automatisierte Tools übersehen könnten.
- ▶ **Die Einbindung von Menschen mit Behinderungen** in den Bewertungsprozess ist ein wesentlicher Schritt, um realistische Einblicke in deren Bedürfnisse und Herausforderungen zu gewinnen. Durch Usability-Tests mit Personen, die unterschiedliche Behinderungen haben, können Unternehmen der Werbe- und Kommunikationsbranche sicherstellen, dass ihre Produkte und auch in weiterer Folge die Beratung für Produkte von Kundinnen und Kunden tatsächlich zugänglich und nutzungsfreundlich sind. Diese partizipative Vorgehensweise ermöglicht es, Feedback aus erster Hand zu erhalten und die Barrierefreiheitsmaßnahmen gezielt zu verbessern. Die Zusammenarbeit mit Menschen mit Behinderungen fördert zudem ein tieferes Verständnis für die vielfältigen Anforderungen an barrierefreie digitale Inhalte und stärkt das Engagement des Unternehmens für Inklusion.
- ▶ **Barrierefreiheits-Erklärungen für digitale Produkte** informieren die Nutzenden darüber, welche Maßnahmen ergriffen wurden, um digitale Produkte zugänglich zu machen. Diese Erklärungen müssen klar und verständlich formuliert sein und aufzeigen, welche Barrierefreiheitsstandards eingehalten wurden. Eine umfassende Barrierefreiheits-Erklärung umfasst unter anderem Informationen zu verwendeten Technologien, unterstützten Features und

eventuellen Einschränkungen. Sie dient nicht nur der Information der Nutzenden, sondern auch als Nachweis für die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und stärkt das Vertrauen der Nutzenden in die digitalen Angebote. Transparenz ist ein wichtiger Aspekt der Barrierefreiheit.

Schritt 5: Barrierefreiheit überwachen und weiterentwickeln

Nach der erfolgreichen Umsetzung der Barrierefreiheitsmaßnahmen ist es entscheidend, die Zugänglichkeit kontinuierlich zu überwachen und weiterzuentwickeln. Dieser Schritt stellt sicher, dass Barrierefreiheit ein fortlaufender Prozess bleibt und sich an neue Anforderungen und Technologien anpasst.

- ▶ **Sicherstellung der kontinuierlichen Barrierefreiheit über den Produktlebenszyklus:** Barrierefreiheit endet nicht mit der Implementierung. Es ist wichtig, die kontinuierliche Barrierefreiheit über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg zu gewährleisten – von der Konzeption über die Entwicklung bis hin zur abschließenden Prüfung. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen Kreativteams, Entwicklungsteams und Qualitätssicherungsabteilungen. Auch später ergänzte Inhalte und Funktionen müssen von Anfang an barrierefrei gestaltet werden. Regelmäßige Überprüfungen und Updates sind notwendig, um sicherzustellen, dass die digitalen Angebote stets den aktuellen Standards entsprechen.
- ▶ **Entwicklung von barrierefreien Bibliotheken und Frameworks:** Vorgefertigte, barrierefreie Komponenten und Rahmengerüste helfen Softwareentwicklungs- und Programmiererteams dabei, neue Projekte von Anfang an barrierefrei zu gestalten. Sie unterstützen die nachhaltige Integration von Barrierefreiheit in den Kurations- und Entwicklungsprozess und erleichtern die Implementierung von Barrierefreiheitsstandards. Durch die Standardisierung und Automatisierung von wiederkehrenden Aufgaben ermöglichen sie eine schnellere und kosteneffizientere Umsetzung von Barrierefreier digitaler Inhalte.
- ▶ **Zusammenarbeit mit spezialisierten Dienstleistungsunternehmen:** Der Fortschritt zur Umsetzung des European Accessibility Act gelingt besser mit der Unterstützung und Zusammenarbeit mit spezialisierten Unternehmen bzw. Fachleuten in diesem Bereich.
 - Auswahl und Integration von Expertinnen und Experten für Barrierefreiheit, z.B. zertifizierte Web-Accessibility-Experten
 - Kooperation mit Beratungsfirmen und technischen Dienstleistenden
 - Nutzung externer Ressourcen zur Unterstützung der Barrierefreiheitsmaßnahmen

5.2 Werkzeuge und Technologien zur Unterstützung der Barrierefreiheit

Die Auswahl der richtigen Werkzeuge und Technologien ist entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von Barrierefreiheitsmaßnahmen in der Werbe- und Kommunikationsbranche. Nicht nur für die eigenen Zwecke, um beim Thema Barrierefreiheit früh genug auf den Zug aufzuspringen, sondern auch um eine Expertise aufzubauen, um Kundinnen und Kunden in diesem Aspekt zu beraten und zu unterstützen.

Beachten Sie bei der Auswahl der Tools folgende Prinzipien, um effektive Unterstützung zu erhalten und sicherzustellen, dass die Lösungen den Anforderungen an Barrierefreiheit entsprechen und nahtlos in den Arbeitsablauf integriert werden können.

Prinzipien für die Auswahl von Werkzeugen

► Keine Überlagerungen

Überlagerungs-Tools, die Barrieren durch visuelle Effekte beheben, sind oft unzureichend und können die Nutzungserfahrung verschlechtern. Stattdessen setzen Sie auf Tools, die die zugrunde liegenden Barrieren direkt adressieren und dauerhafte Lösungen bieten. Überlagerungen („Overlays“) sind keine rechtssichere Lösung.

► Benutzungsfreundlichkeit und Integration in den Workflow

Die ausgewählten Tools müssen intuitiv bedienbar sein und sich nahtlos in bestehende Arbeitsprozesse integrieren lassen. Eine einfache Handhabung fördert die Akzeptanz im Team und ermöglicht eine effiziente Nutzung ohne umfangreiche Schulungen.

► Automatisierung und Effizienz

Automatisierte Tools zur Überprüfung der Barrierefreiheit können Zeit sparen und die Effizienz steigern. Sie helfen dabei, wiederkehrende Aufgaben schnell zu erledigen und ermöglichen es den Teams, sich auf komplexere Probleme zu konzentrieren, die manuelle Eingriffe erfordern.

► Publikumsorientierung und Benutzungs-Zugänglichkeit

Tools stellen die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden und Endnutzenden in den Mittelpunkt. Die Lösungen sind benutzungsfreundlich und gewährleisten eine hohe Zugänglichkeit für alle Nutzungsgruppen.

► Nachvollziehbarkeit und Compliance

Die Tools erstellen detaillierte Berichte und Dokumentationen, die die Einhaltung der Barrierefreiheitsstandards nachweisen. Dies erleichtert die Nachvollziehbarkeit und unterstützt die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben.

► Skalierbarkeit für unterschiedliche Projektgrößen

Die Tools sind unabhängig von der Größe des Projekts skalierbar und sowohl

für kleine als auch für große Projekte geeignet. Dies gewährleistet eine flexible Nutzung und Anpassung an unterschiedliche Anforderungen.

► **Kollaborative Nutzung und Kommunikation**

Die Tools fördern die Zusammenarbeit innerhalb des Teams und ermöglichen eine effiziente Kommunikation. Funktionen wie gemeinsame Berichterstellung, Kommentare und Feedback helfen dabei, Barrierefreiheitsmaßnahmen koordinierter und effektiver umzusetzen.

► **Visuelle und textliche Zugänglichkeit**

Die ausgewählten Technologien müssen sowohl visuelle als auch textliche Inhalte zugänglich machen. Dies umfasst die Unterstützung von Screenreadern, die Bereitstellung von Alternativtexten für Bilder und die Sicherstellung einer hohen Lesbarkeit von Texten.

► **Zukunftssicherheit und kontinuierliche Anpassung**

Die Tools werden regelmäßig aktualisiert, um den neuesten Standards und Technologien gerecht zu werden. Eine kontinuierliche Anpassung stellt sicher, dass die Barrierefreiheitsmaßnahmen auch in Zukunft wirksam bleiben und mit den sich wandelnden Anforderungen Schritt halten.

Empfohlene Werkzeuge und Technologien

Es ist ratsam, im ersten Check Farbkontraste zu prüfen und sicherzustellen, dass die Inhalte in einfacher Sprache verfasst sind. Input zum Thema einfache Sprache findet sich weiter oben im Whitepaper. Auch ein automatisiertes Testen der Inhalte von Websites ist vor dem Onlinegang besonders wichtig. Um die genannten Prinzipien umzusetzen, können verschiedene spezialisierte Tools eingesetzt werden. Hier findet sich eine gute und übersichtliche Liste:

<https://www.digitalbarrierefrei.at/de/testen/websites-und-apps-testen#tools-fuer-einzelne-checks>

<https://chrome.google.com/webstore/detail/accessibility-insights-fo/pbjkligggfmakdaogkfomddhfmpjeni>

<https://chrome.google.com/webstore/detail/stark-accessibility-check/fkfaa-pnmfippddbeemjibclenphooipm/related>

5.3 Welche Berufsgruppen in der Werbewirtschaft sind wie betroffen?

Alle Berufsgruppen sind prinzipiell betroffen. Im Folgenden haben wir eine Übersicht über beispielhafte und typische Vorgänge jeder Berufsgruppe der Branche aufgezählt und wie sich die Tätigkeit durch die Vorgaben des BaFG verändern.

Berufsbild	Auswirkungen Barrierefreiheit
Adressverlage und Direktmarketingunternehmen	Barrierefreiheit bei der digitalen Anfrage von Adressen.
Ankündigungsunternehmen	Sicherstellung der Zugänglichkeit von Ankündigungsplattformen für Menschen mit Behinderungen.
Beratung über Politik	Beratungsinhalte müssen für alle zugänglich und verständlich sein, insbesondere bei Online-Präsentationen.
Eventagentur	Sicherstellung der Barrierefreiheit bei Veranstaltungen, sowohl physisch als auch digital (z.B. Zugang zu Websites, Apps).
Kommunikationsberatung	Beratung und Kommunikation müssen für alle Zielgruppen zugänglich sein (inkl. barrierefreier Webinhalte).
Kommunikationsdesign	Design muss den Anforderungen der Barrierefreiheit entsprechen (z.B. kontrastreiche, gut lesbare Gestaltung).
Markenstrategie	Entwicklung von Markenkommunikation unter Einhaltung von Barrierefreiheitsstandards.
Markt- und Meinungsforschung	Sicherstellung der Zugänglichkeit von Umfrageplattformen und Ergebnissen.
Online-Agentur	Sicherstellung der Barrierefreiheit auf allen Online-Plattformen und Websites, die entwickelt werden.
PR-Agentur	PR-Materialien und -Inhalte müssen barrierefrei gestaltet werden.

Berufsbild	Auswirkungen Barrierefreiheit
Texten/Konzeption	Texte und Konzepte müssen barrierefrei und für alle verständlich sein (z.B. einfache Sprache).
Werbeagentur	Werbung und Kampagnen müssen den Anforderungen der Barrierefreiheit entsprechen, z.B. zugängliche Websites und Werbematerialien.
Werbearchitektur	Barrierefreie Gestaltung von physischen und digitalen Werberäumen muss sichergestellt werden.
Werbemittelverteilung	Sicherstellung der Barrierefreiheit bei der Verteilung von Werbematerialien, sowohl digital als auch physisch.

Fazit und Zukunftsausblick

Das Whitepaper erläutert die Bedeutung des **European Accessibility Act** und des **Barrierefreiheitsgesetzes (BaFG)** für Werbe- und PR-Agenturen. Es stellt die Anforderungen an Barrierefreiheit dar, insbesondere für digitale Produkte und Dienstleistungen wie Websites, mobile Anwendungen und E-Commerce-Plattformen. Die zentralen Prinzipien der Barrierefreiheit – **wahrnehmbar, bedienbar, verständlich** und **robust** – müssen erfüllt werden, um allen Nutzenden, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten, den Zugang zu ermöglichen. Das Whitepaper hebt hervor, dass die Barrierefreiheit nicht nur eine rechtliche Verpflichtung ist, sondern auch zur Verbesserung der Nutzungserfahrung und zur Erschließung einer breiteren Zielgruppe führt.

Empfehlungen für Unternehmen aus der Werbe- und Kommunikationsbranche

- ▶ **Frühzeitige Einbindung von Barrierefreiheit:** Unternehmen berücksichtigen Barrierefreiheit bereits im Kreativprozess, um spätere Korrekturen und rechtliche Probleme zu vermeiden.
- ▶ **Kontinuierliche Schulungen und klare Verantwortlichkeiten:** Um Barrierefreiheit effektiv umzusetzen, ist es wichtig, das Team regelmäßig zu schulen und klare Zuständigkeiten zu definieren.
- ▶ **Einsatz geeigneter Werkzeuge und Technologien:** Automatisierte Test-Tools werden verwendet, um Barrierefreiheitsstandards zu überwachen. Manuelle Tests durch Menschen mit Behinderungen sind ebenfalls unerlässlich.
- ▶ **Dokumentation und Nachvollziehbarkeit:** Unternehmen dokumentieren Barrierefreiheitsmaßnahmen, um Fortschritte zu überwachen und rechtliche Anforderungen zu erfüllen.

Zukunftsausblick: Barrierefreiheit als Wettbewerbsvorteil

Barrierefreiheit wird in Zukunft ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für Unternehmen sein. Unternehmen, die barrierefreie digitale Inhalte und Dienstleistungen anbieten, können eine breitere Zielgruppe erreichen, das Vertrauen der Kundinnen und Kunden stärken und ihre Markenbindung verbessern. Unternehmen, die frühzeitig auf Barrierefreiheit setzen, positionieren sich als Vorreiter in einem immer relevanter werdenden Bereich und können sich von Mitbewerbern abheben. Zudem bieten barrierefreie Lösungen Potenziale zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) und tragen zur besseren Usability bei, was die Gesamtleistung von Websites und Kampagnen steigert.

Ressourcen und weiterführende Informationen

7.1 Wichtige Links und Dokumente

<https://www.digitalbarrierefrei.at/de/home>

Informationsplattform der FFG, die Monitoring-Stellen für Barrierefreiheit in Österreich

<https://www.incite.at/>

Lehrgang Web Accessibility - Barrierefreies Webdesign
Zertifizierung zum Certified Web Accessibility Expert
Liste der Certified Web Accessibility Experts in Österreich

<https://ibmix.de/offerings/barrierefreiheit>

Whitepaper von IBM IX zur Barrierefreiheit ab 2025 als Inspiration für Webinar Folien

7.2 Quellen

[WKO – Informationen zum Barrierefreiheitsgesetz](#)

[TPGi – Understanding the European Accessibility Act \(EAA\)](#)

[W3C – Accessibility Principles](#)

[WKO – Informationen zum Barrierefreiheitsgesetz](#)

[WKO – Barrierefreiheit Startseite](#)

[TPGi – Understanding EN 301 549, the European Standard for Digital Accessibility](#)

[Publikationen - STATISTIK AUSTRIA - Die Informationsmanager](#)

[Gehirngerecht Digital – Barrierefreier Marketing Funnel](#)

[Untertitel in Videos: 5 Gründe warum sie ein Muss sind! - Social Media Konzepte](#)

Impressum:

Medieninhaber: Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien, Wirtschaftskammer Wien

Straße der Wiener Wirtschaft 1, 1020 Wien

T: +43 1 514 50-3790 | F: +43 1 514 50-3796

E: WerbungWien@wkw.at | W: <https://werbungwien.at>

Beratung, Konzept, Redaktion: The Skills Group | Team Farner, www.skills.at

Gestaltung: All Channels Communication Austria | Team Farner, www.all-channels.at

Titelbild: iStockphoto.com; Illustrationen: Amanda Goehlert, Markus Mickl

1. Auflage, Stand November 2024
