



RECHERCHE

Ein Netz für alle

Wie ein Fall von
gelungener Inklusion
am Arbeitsplatz
die Etablierung eines
barrierefreien Internets
in Österreich vorange-
trieben hat, zeigt
sich an der Geschichte
der Firma ›Gugler‹.

TEXT: Sarah Kleiner und Luise Jäger
FOTOGRAFIE: Ursula Röck

Bei der Redaktionssitzung mag ich es oft lieber, wenn mich jemand mit dem Handy anruft. Für meine Augen ist Zoom auf dem Ipad anstrengend, vor allem, weil es so viel zu schauen gibt, da sind dann zehn Leute auf dem Bildschirm. Wenn ich etwas auf Google suche, weiß ich ganz gut, wie das geht. Aber wenn ich dann auf einer Webseite bin, ist es manchmal ein bisschen verwirrend. Ich weiß oft nicht, wo ich klicken muss, weil da so viele Infos stehen.

Luise arbeitet in der Redaktion *andererseits*, die sich für mehr Inklusion im Journalismus einsetzt. Bei *andererseits* sind Journalistinnen und Journalisten sowohl mit als auch ohne Behinderung am Werken. Informationen müssen deshalb auf unterschiedlichen Kanälen aufbereitet werden, schließlich sollen alle Redaktionsmitglieder am selben Wissensstand sein. Die Redakteurinnen und Redakteure bei *andererseits* wissen, wie wertvoll barrierefreie digitale Angebote sind. Sie beeinflussen direkt, wie gut sie sich online informieren können und wie die Arbeitsprozesse der Gruppe

ablaufen. Webinhalte, Apps und Programme, die barrierefrei bedienbar sind, erleichtern zahlreichen Menschen mit und auch ohne Behinderung den Konsum von Informationen im Web und ermöglichen ihnen damit erst die Teilhabe am modernen Alltag. In einer immer stärker digitalisierten und zugleich alternden Gesellschaft werden barrierefreie Angebote im Internet unerlässlich, sofern diese Gesellschaft Informationen tatsächlich allen Menschen gleichermaßen zur Verfügung stellen will.

Wie ein gelungener Fall von Inklusion am Arbeitsmarkt die Etablierung des barrierefreien Web in Österreich beschleunigte, lässt sich entlang der Lebensgeschichte Werner Rosenbergers erzählen. ›Ich wollte mich im Handelsbereich selbstständig machen, aber dann ist der Unfall passiert und ich konnte nicht in meinen alten Beruf zurück‹, sagt Rosenberger am Telefon. Vor 15 Jahren hatte er auf dem Nachhauseweg von der Arbeit einen Unfall mit dem Fahrrad. Die Halswirbel C3 und C4 wurden beschädigt, Rosenberger ist seither querschnittgelähmt und sitzt im Rollstuhl. Auch seine Arme und Hände sind eingeschränkt, die mit dem Handel einhergehende Reisetätigkeit schien ihm damals nicht machbar. ›Ich habe zwei Kinder und wollte so schnell und so gut wie möglich wieder auf eigenen Füßen stehen, sprichwörtlich‹, sagt er, mit einem zwar nicht sichtbaren aber hörbaren Augenzwinkern. ›Ich habe dann erkannt, dass ich mich nicht nur auf meinen Körper konzentrieren kann, ich muss auch mit dem Kopf etwas Neues machen.‹ Nach zwei Jahren Reha und den verschiedensten Therapieversuchen fing Werner Rosenberger neu an. Er studierte an der Donau-Universität Krems Public Relations und Unternehmenskommunikation und landete nach einigen Praktika schließlich 2013 bei der Firma ›Gugler‹.

Das seit 30 Jahren bestehende Unternehmen ist eine ›Green Brand‹ und engagiert in Sachen Kreis-

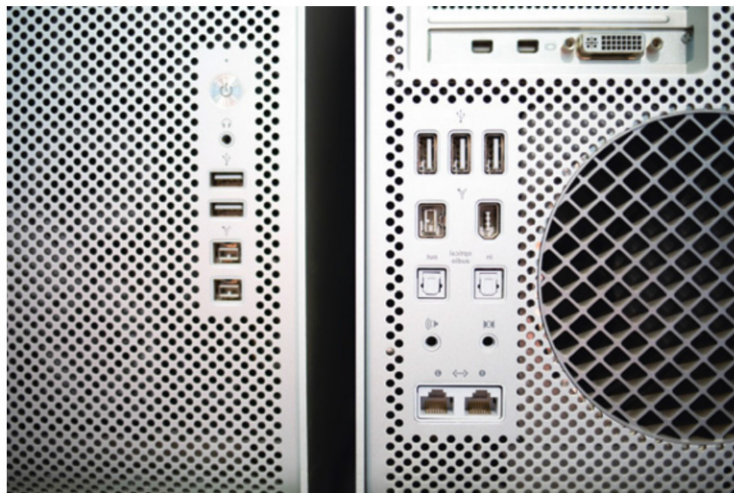
laufwirtschaft und Gemeinwohlökonomie. In der Digitalagentur des Unternehmens, namens ›MarkenSinn‹, bündelt sich das digitale Angebot in den Bereichen Marketing, Branding, Webdesign. ›Werner und ich kommen aus derselben Ortschaft bei Krems, das heißt, wir kennen uns seit den jungen Erwachsenenjahren‹, sagt Agenturleiter Martin Weber bei einem Gespräch Mitte Mai in St.Pölten, dem Sitz der Agentur. Weber hatte seinen Bekannten als Kundenberater eingestellt, schnell war ein neues Interesse in der Abteilung entfacht – ›auch aufgrund der Erfahrungen, die wir im Bezug auf bauliche Barrierefreiheit gemacht haben‹, erinnert sich Weber. Andere Firmen und Kunden hätten bei der Terminvereinbarung für einen Besuch vergessen, ›die paar Stufen‹ am Eingang zu erwähnen oder enge Türeingänge nicht als mögliches Hindernis wahrgenommen. Das sensibilisierte die Firma für das Thema, und als ›Gugler‹ einen Standort für seine wachsende Digitalagentur suchte, war die Barrierefreiheit ein wesentliches Kriterium, das Firmengebäude in St.Pölten zu wählen. ›Wir sagten, wir wollen auf jeden Fall auch im digitalen Bereich Akzente für Barrierefreiheit setzen, so dass wir seit 2016 keine Websites mehr ohne Barrierefreiheit anbieten‹, sagt Weber. ›Gugler‹ zählt damit zu den Pionieren in Österreich. 2019 wurde die Firma für ihr Engagement vom Land Niederösterreich mit dem ›Austrias Leading Companies Award‹ für ›Inklusion in der Wirtschaft‹ ausgezeichnet.

Barrierefreiheit im Web? Wer den Begriff nur mit der analogen Welt verbindet, dem fällt dazu womöglich zunächst nicht viel ein. Dabei ist es ein weites Feld: Eine verständliche Website-Struktur, Texte in einfacher Sprache, die Kompatibilität mit Screenreadern, schriftliche Bildbeschreibungen, Untertitel in Videos, starke Farbkontraste im Design, die Bedienung des Bildschirms über die Tastatur – eine Palette an technischen Möglichkeiten, die eine Website für

Eine Palette
an technischen
Möglichkeiten
macht Websites
für Menschen
mit Beeinträchti-
gungen leichter
bedienbar.

Menschen mit Beeinträchtigung leichter bedienbar machen, steht den Betreibern von Internetseiten heute zur Verfügung. Gesammelt definiert werden diese Kriterien in den WCAG, also den ›Web Content Accessibility Guidelines‹. Das sind vom ›World Wide Web Consortium‹ erarbeitete, international gültige Richtlinien, sozusagen ein technischer Katalog für barrierefreie Webinhalte.

Videos sind leichter für mich als Websites. Wenn ich auf Youtube Videos anschau, brauche ich meistens keine Untertitel, aber manchmal ist es dadurch leichter. Da hat mir meine Mama gezeigt, wie man die einschaltet. Ich lese auch oft Nachrichten in einfacher Sprache. Das ist leichter zu verstehen, aber auch das ist manchmal sehr klein geschrieben und dann ist es wieder schwer.



So wie die Baumaßnahmen für mehr Barrierefreiheit auch älteren Menschen, oder Leuten mit Kinderwägen, Möbelleveranten und Umzugsunternehmen – also der breiten Gesellschaft – zu Gute kommen, zählen viel mehr Menschen zu den Nutznießern barrierefreier Webinhalte, als man anfangs glauben könnte. Rund 320.000 Menschen in Österreich sind blind oder sehbehindert, die Möglichkeit, online eine Braille-Zeile zu nutzen, starke Farbkontraste oder Audioangebote sind für sie ein unerlässliches Service. Auch Legastheniker

oder Menschen, die die deutsche Sprache nicht perfekt beherrschen, können vom Modus ›Einfache Sprache‹ profitieren. Insgesamt leben mehr als 1,5 Millionen Menschen in Österreich dauerhaft oder temporär mit körperlichen, psychischen und neurologischen Einschränkungen, die ihnen in irgendeiner Form den Zugang zum Internet erschweren, in der EU sind es rund 80 Millionen. Schätzungen gehen davon aus, dass man mit einer barrierefreien Website 15 Prozent mehr Menschen mit den eigenen Inhalten erreichen kann als ohne. Außerdem berücksichtigen Suchmaschinen wie Google Textbausteine im Algorithmus, wodurch barrierefreie Websites bei den Suchergebnissen oft höher gereiht werden.

In Österreich legt das ›Web-Zugänglichkeits-Gesetz‹ (WZG) die digitale Bar-

rierefreiheit bereits verbindlich fest. Es bestimmt zum Beispiel, dass seit September 2020 alle Internetseiten, die im erweiterten Sinn der öffentlichen Hand zuzuschreiben sind, barrierefrei für Userinnen und User zur Verfügung stehen müssen. Ab dem heurigen 23. Juni müssen auch alle mobilen Angebote barrierefrei sein, also zum Beispiel alle Apps der Stadt Wien oder des Bundes. Ähnlich wie bei der Einführung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) hinken manche Stellen in der Umsetzung hinterher. Bei Nicht-Einhaltung

des Gesetzes drohen allerdings anders als bei der DSGVO keine Strafen.

›Die Anfragen an uns betreffen oftmals große Dienstleister, auch Online-Banking und das Angebot von Verkehrsbetrieben sind immer wieder ein Thema‹, sagt Aaron Banovics, stellvertretender Leiter des Büros der Behindertenanwaltschaft im ersten Bezirk in Wien. ›Darüberhinaus geht es grundsätzlich um Webseiten von größeren Anbietern, die ihr Geschäft schon stark auf das Internet ausgerichtet haben‹, fährt Banovics fort. Stellt die fehlende Barrierefreiheit im Internet eine Diskriminierung nach dem Behindertengleichstellungsgesetz dar, so können sich Betroffene bei der Behindertenanwaltschaft beschweren und in weiterer Folge ein Schlichtungsverfahren einleiten lassen. ›Wir haben beobachtet, dass es im vergangenen Jahr zu einem Fallanstieg bei Beschwerden zur digitalen Barrierefreiheit gekommen ist‹, sagt Banovics. Etwa 20 Prozent mehr Anfragen als im Vorjahr habe man 2020 verzeichnet. ›Man muss das aber auch in dem Kontext sehen, dass wir seit mehr als einem Jahr Lockdowns haben und sehr viel Geschäftliches sich ins Internet verlagert hat. Die Menschen bestellen mehr online und nehmen mehr Dienstleistungen online in Anspruch‹, sagt er. Viele Barrieren, die schon länger bestanden hätten, würden nun sichtbarer. Sollte es im Schlichtungsverfahren zu keiner Einigung kommen, bleibt der betroffenen Person noch der gerichtliche Weg und die Forderung nach Schadenersatz.

›Ich habe durch die Arbeit den Tick, dass ich neue Websites, die online gehen, bei uns durch den Prüfer laufen lasse, und erschreckenderweise sind die wenigsten von Haus aus barrierefrei‹, sagt Martin Weber von ›MarkenSinn‹. Über die Website-Checks bietet die Agentur an, nicht-erfüllte WCAG-Kriterien auf Internetseiten zu ermitteln. Auch im Zuge der Pandemie-Information ist es in dem Bereich zu Verfehlungen gekommen, die Corona-App des Roten Kreuzes wurde erst nach medienwirksamen Protesten auch barrierefrei angeboten. ›Wenn man dann nachfragt, heißt es oft: »Wir haben das schon am Radar, das wird demnächst erledigt.« Es

ist immer noch so, dass die Seiten erstellt werden und dann erst bedacht wird, dass sie auch barrierefrei sein sollten oder müssten«, sagt Weber. Für den Techniker ist das unverständlich. »Das ist wie wenn ich einen Produktionsprozess aufsetze, und erst wenn er fertig ist, schaue ich mir an, ob das die Umwelt schädigt und bessere dann umständlich und mühsam nach.«

Um die Forderungen des wZG zukünftig besser zu erfüllen, wäre es laut Weber wichtig, dass die Barrierefreiheit gleich im Entwicklungsprozess von Webseiten berücksichtigt wird. Auch Geldbußen wären eine Möglichkeit, das Bewusstsein für ein »Internet für alle« zu stärken. Die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft, die mit dem Monitoring der Umsetzung beauftragt ist, schreibt bezüglich Sanktionen: »Ziel ist es, bestehende Barrieren zu erkennen und zu beseitigen. Die Information steht klar im Vordergrund, nicht eventuelle Strafen. Gleichstellung soll ermöglicht werden – mit all den Vorteilen, die eine barrierefreie Seite für jeden hat.« Man sei überzeugt, das Thema so gut voranzubringen.

Was Weber und Rosenberger abseits ihrer Tätigkeiten in der Agentur »MarkenSinn« mit anderen bewirkt haben, ist die sogenannte wACA-Zertifizierung, kurz für »Web Accessibility Certificate Austria«. In Zusammenarbeit mit drei Digitalagenturen, der Johannes Kepler Universität Linz und der Österreichischen Computer Gesellschaft wurde eine Zertifizierungsstelle auf nationaler Ebene eingerichtet. wACA zeichnet heute gemeinsam mit dem TÜV Austria gesetzeskonforme Webseiten aus, die den Kriterien der WCAG entsprechen. Zuständig für die Abwicklung dieser Zertifizierung ist die Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen in Österreich.

Nach dem gemeinsamen Aufbau der Stelle entschied sich Werner Rosenberger 2019 dafür, die Agentur zugunsten eines Engagements bei der Hilfsgemeinschaft zu verlassen. »Ich will etwas bewegen und für mich ist es nicht so wichtig, bei welchem Verband ich das tue«, sagt er. Auch als wACA-Beirat wird er die Zertifizierungen weiterhin betreuen, allerdings neben dem Halten



von Webinaren zu digitaler Barrierefreiheit, der Beratung von Unternehmen, der Überprüfung von Webseiten und anderen Projekten. »Die Menschen müssen für das Thema Barrierefreiheit im Internet noch sensibilisiert werden, was das heißt, warum das sinnvoll ist, was das alles umfasst«, sagt er. Welchen Mehrwert sein Einstieg als Kundenberater bei der Digitalagentur von »Gugler« für Menschen mit Behinderung in Österreich bringen würde, hatte er damals nicht vermutet. An der Geschichte der Etablierung eines barrierefreien Web-Standard in Österreich lässt sich also auch direkt die Geschichte eines Effekts der Inklusion selbst erzählen. »Wenn man sich für ein Thema interessiert, dann gehen die Wege in diese Richtung auf, nicht sofort, aber langfristig«, sagt Werner Rosenberger. Und Luise?

Im Moment mache ich einen Computerkurs mit meiner Arbeit. Wir haben uns

heute den Unterschied zwischen dem Chrome Browser und dem Internet Explorer angesehen. Wir haben uns angesehen, welcher von beiden besser und schneller geht und wo mehr Ergebnisse rauskommen. Und auch, dass es bei Google Nachrichten und Bilder gibt, habe ich gelernt. Das habe ich davor nicht gewusst und ich finde es wichtig, dass ich das weiß. •

Die Autorinnen empfehlen:

Sollten Sie beim Surfen auf Webseiten öffentlicher Stellen auf Barrieren stoßen, können Sie über ein Beschwerdeformular auf der Webseite der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft die offizielle Überprüfung der Seite anregen und so zu einem inklusiveren Internet beitragen. <https://www.ffg.at/form/kontaktformular-beschwerdestelle>