

Agenturnetzwerk ASW

# Barrierefreiheit im Web: Wenn gutes Design alle mitnimmt

Der bekannte Werber Claude Hitz von ergo communication fordert gutes Design im Netz. Nur dann werden Inhalte auch wahrgenommen.

Text: **Claude Hitz** Bild: **zVg**

Früher traf man sich auf Plätzen, heute klickt man sich durch Websites. Das Internet ist ein Marktplatz der Gedanken, ein Raum für Austausch, Lernen und Begegnung – doch nicht für alle. Für viele Menschen mit Einschränkungen bleibt das Digitale eine Tür, die nicht ganz aufgeht. Dabei lässt sich das ändern – mit etwas Aufmerksamkeit und gutem Design.

## Barrierefreiheit ist mehr als nur Pflicht

Ob eine Seite gefunden, gelesen, verstanden oder genutzt wird, hängt längst nicht mehr nur vom Look ab. Es hängt davon ab, ob sie allen zugänglich ist. Für Barrierefreiheit gilt: Eine Website funktioniert für alle – egal, ob jemand schlecht sieht, eine veraltete Technik nutzt, langsam liest oder aus einem anderen Sprachraum kommt.

Und das betrifft mehr Menschen, als man denkt. Menschen mit Behinderungen, ältere Zielgruppen, mobile Nutzer mit eingeschränkter Verbindung, Menschen mit kognitiven Einschränkungen – oder einfach alle, die schnell klare Informationen wollen.

## Leichte Sprache ist kluge Kommunikation

Wir alle kennen es: Unverständliche Schilder unterwegs auf Reisen – Sprache kann eine Barriere sein. Leichte Sprache schafft Abhilfe. Sie verwendet kurze Sätze, klare Begriffe und eine reduzierte Struktur. Schwierige Wörter lassen sich über Pop-ups erklären, Bilder helfen beim Verstehen, Worttrennzeichen wie «Arbeitsplätze» erleichtern das Lesen. Für Kommunikationsprofis ist das kein Rückschritt, sondern ein Perspektivwechsel.

Leichte Sprache bedeutet nicht, Inhalte zu banalisieren – sondern sie maximal zugänglich zu machen.

## Design, das nicht nur schön, sondern sinnvoll ist

Allein in der Schweiz leben laut Bundesamt für Statistik rund 1,8 Millionen Menschen mit einer oder mehreren Behinderungen. Etwa 15 Prozent der Bevölkerung ab 15 Jahren sind von funktionellen Einschränkungen beim Hören, Gehen oder Sprechen betroffen, aber besonders häufig beim Sehen. Es ist also keine Randgruppe, um die es hier geht. Es ist eine grosse, heterogene Zielgruppe, die bislang oft übersehen wird.

Darum bekommen Farben, Kontraste, Schriftgrößen, also visuelle Entscheidungen, eine neue Dimension. Rot-Grün zur Markierung wichtiger Infos? Für Farbenblinde unbrauchbar. Blinkende Banner? Können Anfälle auslösen. Eine zu kleine Schrift? Ein Ausschlusskriterium.

Barrierefreies Design ist auch gutes UX-Design. Es bedeutet: kluge Farbwahl, klare Kontraste, mobile Optimierung und eine Navigation, die logisch bleibt – auch ohne Maus.

## Technik, die unterstützt

Barrierefreiheit passiert nicht nur im Frontend. Im Code entscheidet sich, ob ein Screenreader Inhalte versteht. Semantisches HTML, Alternativtexte, logische Strukturierung, ARIA-Attribute – sie machen Websites bedienbar für alle, die auf technische Hilfen angewiesen sind. Was früher Sonderfunktionen wie Vorlesetools betraf, ist heute Stan-

dard in Betriebssystemen. Besser, man konzentriert sich auf den sauberen Code.

## Warum sich Barrierefreiheit auch wirtschaftlich lohnt

Barrierefreiheit ist nicht nur inklusiv, sondern auch effizient. Sie erweitert die Zielgruppe, verbessert die Nutzerführung – und sie stärkt die Sichtbarkeit. Suchmaschinen bevorzugen klare Strukturen und saubere Inhalte. Accessibility ist gutes SEO. Und sie ist ein Statement: Diese Marke denkt mit.

Auf den Punkt gebracht: «Barrierefreiheit im Web ist nicht Verzicht, sondern Erweiterung. Für Kreative, die Gestaltung ernst nehmen, ist sie kein Korsett – sondern ein Gestaltungsprinzip, das verbindet. Und letztlich der Beweis: Wahre Markenkommunikation schliesst niemanden aus.»



Claude Hitz ist Inhaber, Gründer und Creative Director von ergo communication asw gmbh in Zürich.