

Los geht's. Mit Dir!

Deine Aktion, Dein Engagement für Inklusion

➔ www.aktion-mensch.de/5mai

Das WIR gewinnt

Aktion
MENSCH



Deine Aktion für eine bessere Welt

Liebe*r Inklusionsmacher*in,

Inklusion ist Dein Thema und Du brennst für ein bestimmtes Projekt? Du möchtest andere mit einer spannenden Aktion für Deine Arbeit begeistern? Aber Du bist nicht sicher, wie Du die Menschen am besten überzeugen kannst? Vielleicht hast Du mit Deinem Verein oder Deiner Organisation auch schon viele Maßnahmen umgesetzt, fragst Dich aber, warum sie bei manchen Zielgruppen nicht so recht ankommen. In diesem Leitfaden findest Du viele Tipps, um Deine Maßnahmen effektiv und inklusiv zu gestalten. So fällt es Dir leichter, Strategien zu entwickeln, die die Köpfe und Herzen der Menschen erreichen.

Hier erfährst Du auch, wie Du bei Deinen Veranstaltungen oder Publikationen auf Barrierefreiheit achtest. Es ist wichtig, sensibel mit Sprache umzugehen und an die verschiedenen Bedürfnisse von Menschen zu denken. Sie sollen sich unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Bildungsgrad oder Behinderung bei Dir willkommen fühlen. Ziel von Engagement für Inklusion ist es, niemanden auszuschließen.

Zeig mit Deinen Aktionen, wie wichtig eine vielfältige Gesellschaft ist. Auch mit kleinen Schritten kannst Du viel verändern, neue Perspektiven schaffen und vielleicht das Leben von vielen Menschen langfristig verbessern.

Eine gute Gelegenheit, um sich zu engagieren, ist der 5. Mai. Tausende Aktivist*innen stellen an dem Europäischen Protesttag für die Rechte von Menschen mit Behinderung tolle Aktionen auf die Beine. Auch Du kannst etwas für das Thema Inklusion bewegen!

Dieser Leitfaden soll Dir dabei helfen. Und die Aktion Mensch unterstützt Dich mit Aktionsmaterial, Ideen und finanzieller Förderung.

Viel Spaß beim Lesen und noch mehr Erfolg bei Deiner nächsten Aktion!

**Deine
Aktion Mensch**



Deine Aktion für eine Welt ohne Barrieren



Mit Deiner Aktion oder auch Kampagne hast Du ein konkretes Ziel vor Augen: Du möchtest etwas für Inklusion tun. Da bieten sich viele Möglichkeiten, sich zu engagieren.

Aber was genau ist Dein Anliegen? Grenze es ein und mach es so klar wie möglich. Möchtest Du zum Beispiel Barrieren in der Fußgängerzone abbauen oder das Leitsystem im Bahnhof verständlich für alle machen? Möchtest Du Antragsformulare in Einfacher Sprache durchsetzen oder eine Beteiligung von Menschen mit Behinderung in der örtlichen Umweltbewegung ermöglichen?

Wenn das Thema steht, frage Dich: Wer ist dafür verantwortlich und an wen richtet sich Deine Kommunikation? Beschreibe Deine Zielgruppen oder mach eine kleine Liste. Wer ist wichtig oder entscheidend für ein Thema? Wer kann etwas ändern und wen brauchst Du als Unterstützer*innen? Richtest Du Dich mit Deiner Aktion an Menschen

mit Behinderung oder an Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene? Oder tust Du etwas für Geflüchtete, Wohnungslose oder andere Menschen?

Wenn Deine Aktion gut läuft, geht es voran auf dem Weg zu einer inklusiven Gesellschaft. Was genau Dein Ziel ist, solltest Du deshalb vorher klar formulieren und am besten in einem Satz ausdrücken können. Testen kannst Du die Verständlichkeit, indem Du ihn jemandem zeigst und prüfst, ob er eindeutig und überzeugend ist. Wenn Du so weit bist, kannst Du mit der Planung Deiner Aktion beginnen.

Natürlich gibt es ganz unterschiedliche Möglichkeiten, sich für Inklusion stark zu machen und mit den Menschen ins Gespräch zu kommen. Du kannst mit Deiner Aktion informieren und aufklären, echte Begegnungen schaffen oder andere zum Mitmachen auffordern. Genauso vielfältig sind die möglichen Aktionsformen.



Deine Checklisten



Mit diesen Checklisten kannst Du Dich auf Deine Aktionen vorbereiten und hast die wichtigsten Punkte im Blick.

Du willst Aufmerksamkeit und Austausch?

Eine **Aktion** planen:

1. Die Vorbereitung

- Warum mache ich die Aktion? Das Ziel festlegen
- Für wen mache ich sie? Die Zielgruppe definieren
- Was für eine Aktion? Kurzbeschreibung (zum Beispiel Infostand, Flashmob, Diskussionsrunde)
- Was brauche ich dafür? (Mitarbeiter*innen, Räume, Technik)
- Wer ist verantwortlich? Hauptverantwortlichen bestimmen
- Wen brauchen wir noch? Mögliche Unterstützer*innen auflisten / finden.
- Wann am besten? Termin eingrenzen / festlegen (zum Beispiel Weltkindertag)
- Wo am besten? Veranstaltungsort suchen und eventuell schon festlegen

2. Die Planung

- Was genau? Ablaufplan erstellen (Termin, Ort, Zeitplan, Zuständigkeiten)
- Partner *innen finden! Kooperationspartner*innen, Fürsprecher*innen, Prominente, Spender*innen finden
- Wer macht was? Vorbesprechung mit allen Beteiligten, Aufgabenklärung
- Vorher checken! Location auf Barrierefreiheit prüfen und optimieren (mit zum Beispiel einer Rampe)
- Maßnahmen für Barrierefreiheit planen und organisieren
- Damit alles korrekt ist! Gegebenenfalls Veranstaltung bei der Stadt oder Polizei anmelden
- Wer kommt? Mailings, Einladungen oder Handzettel erstellen und verteilen
- Bewerbung und Öffentlichkeitsarbeit

3. Die Kommunikation

- Bilder und Videos über Social Media verbreiten (Einwilligung vor der Aktion von Teilnehmer*innen, sonst Personen nur von hinten, der Seite oder weiter weg möglich)
- Während und nach der Aktion Tweets (Twitter), Storys (Instagram) und Postings erstellen

Du brauchst Sichtbarkeit und viele Unterstützer*innen?

Eine **Demonstration** organisieren:

1. Die Startphase

- Ein aktuelles Thema aufgreifen: je aktueller und präsenter in den Medien umso besser
- Ein starkes Motto oder eine klare Forderung festlegen (zum Beispiel „Wahlrecht für alle!“)
- Verbündete und Kooperationspartner*innen finden, die auch dafür oder dagegen sind
- Aufruftext formulieren: Warum sollen Leute zur Demo kommen?

2. Die Versammlung anmelden

- 48 Stunden bevor öffentliche Werbung für die Demo beginnt, Versammlung anmelden
- Anmeldung bei Ordnungsämtern, Versammlungsbehörden oder ähnlichem (je nach Stadt oder Kommune)
- Anmeldegespräch mit der Polizei führen, um Polizeieinsatz zu planen, Sicherheitsaspekte zu prüfen

3. Die Öffentlichkeitsarbeit

- Webseite oder Facebook-Seite für die Demo gestalten
- Die örtlichen Medien mit einer Presseinformation oder persönlich informieren
- Hashtag # festlegen und in den sozialen Netzwerken und Medien verbreiten
- Auf verschiedenen Kanälen für die Demo werben (zum Beispiel Aushänge / Flyer in der Universität, im Bürgerhaus oder Jugendzentrum)

4. Die Organisation

- Demo-Schilder malen und gestalten
- Einheitliche Kleidung organisieren
- Megafon, Lautsprecheranlage und / oder Musikanlage besorgen
- Pritschenwagen oder ähnliches für die Lautsprecheranlage leihen
- Redebeiträge einplanen und gegebenenfalls Redner*innen einladen
- Ansprechpartner*in für Medien und Polizei festlegen
- Personaleinsatz planen, zum Beispiel Ordner*innen bestimmen

5. Auf der Demonstration

- Organisator*innen treffen mindestens eine halbe Stunde vor Demo-Beginn ein
- Versammlungsleitung stellt sich der Polizei vor
- Polizei und Presse realistische Teilnehmerzahlen nennen

Du kennst die / den Verantwortliche / n für ein konkretes Thema?

Eine **Petition** starten:

1. Die Startphase

- Was soll passieren? Festlegen, was Du warum ändern willst
- Warum ist das so? Argumente für Dein Anliegen finden und diese klar formulieren
- Wer kann es ändern? Entscheidungsträger*innen adressieren, die etwas ändern können oder sollen
- Mach es konkret: am anschaulichsten ist die persönliche Geschichte (die 15-jährige Stefanie G. bekommt keinen Rollstuhl von der Krankenkasse und kann deshalb nicht mehr das Haus verlassen)
- Bilder, Texte oder Videos erstellen
- Online-Petition verfassen (zum Beispiel auf www.avaaz.org, www.openpetition.de, change.org oder anderen Portalen)
- Ziel festlegen: Wie viele Stimmen will ich erreichen? Gibt es Vorgaben in bestimmten Verfahren?

2. Die Verbreitungsphase

- Petition über Social Media verbreiten
- Unterschriften im Umfeld sammeln und die Listen auslegen (zum Beispiel in der Bäckerei)
- Die Medien / Öffentlichkeit regelmäßig über den Stand informieren
- Entscheidungsträger*innen, Unterstützer*innen und Prominente ins Boot holen
- Presse und diverse Medien aber auch freie Journalist*innen und (Social) Blogger kontaktieren

3. Im Gespräch mit der Politik

- Entscheidungsträger*innen / Politiker*innen kontaktieren und Treffen vereinbaren, um Petition zu übergeben
- Unterstützer*innen um Hilfe bitten, um Entscheidungsträger*innen zu kontaktieren
- Stellungnahmen der Politik anfragen und veröffentlichen

4. Die Petition übergeben

- Das Sammelziel ist erreicht
- Unterstützer*innen und Presse informieren und ein Plakat für die Übergabe gestalten
- Unterschriften der Petition übergeben
- Fotos und Videos der Übergabe machen und in den sozialen Medien veröffentlichen

So wird Deine Aktion ein Erfolg



Achte auf einige wesentliche Punkte



Deine Recherche

Bereite Dich gut für Deine Aktion vor. Möchtest Du zum Beispiel bestimmte Missstände ändern, um Inklusion voranzutreiben? Dann finde heraus, wer verantwortlich ist oder Dich unterstützen kann. Sammle gute Argumente sowie Zahlen, Daten und Fakten dafür und suche die Unterstützung von prominenten Fürsprecher*innen, um Überzeugungsarbeit zu leisten. Zeige Interessierten und Kritiker*innen, wie man Dinge besser machen kann. Und vor allem: Stell Deine Arbeit vor und zeige allen, was Du schon jetzt mit Deinen Mitstreiter*innen für Inklusion leistest. Am besten gelingt das mit Expert*innen in eigener Sache. Je besser Du Dich mit dem Thema auskennst, desto besser kannst Du auch Strategien entwickeln, um die Öffentlichkeit zu mobilisieren. Ein guter Test sind Diskussionsrunden oder Interviews mit Vertreter*innen aus Politik und Wirtschaft.

Deine Aktionen

Überlege Dir, wie Du möglichst viel Aufmerksamkeit bekommst. Welcher Ort ist symbolträchtig? Welche Veranstaltungsform passt zu Deiner Organisation und den Menschen, die Du erreichen möchtest? Welche Idee ist kreativ und interessiert Unterstützer*innen, Medien oder Menschen, für die Dein Thema neu ist?

Dein Team

Gemeinsam ist man besser, stärker und erfolgreicher. Gibt es vielleicht schon eine Gruppe oder andere Interessierte, die sich um Dein Thema kümmern? Eine gute Anlaufstelle vor Ort sind die Freiwilligenagenturen oder -zentralen, die Engagierte suchen, beraten und vermitteln. Tut Euch doch zusammen, denn das hat viele Vorteile: Jede/r bringt seine Zeit, Erfahrungen und Kontakte mit ein. Also vernetze Dich gut in Deiner Stadt und suche Dir Inklusions-Verbündete! Wie das im Netz und im realen Leben funktioniert, erfährst Du hier.

Deine Öffentlichkeitsarbeit

Ohne sie geht gar nichts, wenn die Menschen von Deiner Aktion erfahren sollen. Du musst für Dein Vorhaben die Werbetrommel rühren. Überlege Dir also ganz genau, auf welchen Kanälen Du Deine Zielgruppe am besten erreichst. Eignen sich Zeitungen, Werbeblätter, die Homepage der Stadt, Newsletter, eine Plakataktion, Mailinglisten oder soziale Netzwerke wie Facebook-Gruppen oder ein Nachbarschaftsportal besonders gut für Deine Zwecke? Oder solltest Du E-Mailverteiler von Deiner Organisation und Kooperationspartner*innen nutzen? Zögere auch nicht, die Menschen, die Du bei Deiner Aktion dabeihaben möchtest, ganz gezielt persönlich anzusprechen!



Deine Pressearbeit

Informiere die Lokalpresse über Dein Vorhaben, wenn es um ein lokales Thema wie die Planung einer neuen Schule oder einer Umgehungsstraße geht. Pflege Deine Kontakte zu Journalist*innen, die in der Vergangenheit über Inklusion und Deine Aktionen berichtet haben. Die Aktion Mensch unterstützt Dich bei Deiner Pressearbeit mit Vorlagen für professionelle Pressemitteilungen. Beantworte auf jeden Fall immer die „W-Fragen“ (Wer macht was, wann, wo, wie und warum?) und biete Interviewpartner*innen an, die zu Inklusion und Deiner Aktion etwas Interessantes – am besten aus eigener Erfahrung – zu sagen haben. Denk an gute Bilder oder vielleicht sogar Videos, die Du beispielsweise über die sozialen Medien verbreiten kannst. Ein gutes Smartphone hat heute in der Regel eine qualitativ hochwertige Kamera.

Soziale Medien

Bei Twitter kannst Du Politiker*innen, Wissenschaftler*innen, Journalist*innen oder Aktivist*innen folgen, die sich mit dem Thema Inklusion beschäftigen, und auch mit ihnen in den fachlichen Austausch kommen. Folge auch dem offiziellen Hashtag zum 5. Mai und nutze ihn für Deine Posts. Überlege Dir, ob es sinnvoll ist, eine Facebook-Seite oder Profile in anderen sozialen Medien anzulegen. Bei Facebook hast Du

verschiedene Möglichkeiten, Dein Vorhaben zu bewerben. Du kannst zum Beispiel eine Veranstaltungsseite anlegen, auf der Du Ort, Datum, Uhrzeit und andere Informationen verwaltest. Außerdem kannst Du Nachrichten an die Veranstaltungsteilnehmer*innen senden und so im Austausch mit Deinen Unterstützer*innen bleiben. Darüber hinaus kannst Du Dir eine eigene „Unternehmensseite“ für Deine Organisation oder Deinen Verein anlegen. Überlege Dir aber gut, ob Du die regelmäßige Aktualisierung, das Sichten von Kommentaren und das Beantworten von Anfragen der Nutzer*innen leisten kannst.

Instagram ist eine gute Möglichkeit, um insbesondere junge Menschen zu erreichen. Veröffentliche hier schöne Bilder, Grafiken und Texte, die emotional ansprechen und zum Nachdenken oder Lachen bringen. Du kannst auch individuelle Storys gestalten. Richte Dir dafür ein persönliches oder ein Unternehmensprofil ein. Die Instagram-Community ist sehr aktiv. Ohne Hashtags geht gar nichts auf Instagram. Sie sind der beste Weg, damit Deine Posts gefunden werden. Überlege Dir, welche Schlüsselbegriffe zu Deinen Inhalten passen. Erkläre Deinen Nutzer*innen auch, welche Hashtags sie verwenden sollen, um über Deine Aktionen zu berichten. Bei den Hashtags darfst Du kreativ sein und sie mit

erfolgreichen, reichweitenstarken Hashtags kombinieren. Bis zu 30 Hashtags unter einem Post sind möglich, Du kannst Dich also austoben.

Webseite und Newsletter

Mach Deine Webseite mit Hintergrundinfos, Mitmachaktionen, Spendenmöglichkeit und Newsletter-Bestellung zur Kommunikationszentrale Deiner Aktionen und Kampagnen. Bau einen eigenen Verteiler auf, an den Du jederzeit Deine Neuigkeiten verschicken kannst. Du hast noch gar keine Webseite? Keine Sorge, falls Du Dir keine Expert*innen oder eine Agentur für die Umsetzung leisten kannst. Es gibt verschiedene Anbieter*innen für Baukasten-Systeme, mit denen ein Online-Auftritt auch ohne große technische Vorkenntnisse gestaltet werden kann.

Wenn Du einen Newsletter verschickst, möchtest Du natürlich nicht, dass er im Spamfilter Deiner Adressat*innen landet. Gestalte ihn deshalb mit persönlichem Absender, einer ansprechenden Überschrift und einer aussagekräftigen Betreffzeile. Berichte immer wieder Neues oder aus einem neuen Blickwinkel, um Deine Leser*innen zu behalten. Bilder, GIFs oder andere visuelle Elemente sind bei vielen Menschen beliebt, gehen aber oft zulasten der Ladezeit des Newsletters und sind mitunter nicht barrierefrei. Teste ruhig, wann die beste Zeit ist, Deine E-Mails zu verschicken, und wann die meisten Menschen auf Deinen Newsletter reagieren. Es ist wichtig, dass Du eine Möglichkeit bietest, sich unkompliziert von Deinem Newsletter wieder abzumelden. Eine Newsletter-Software protokolliert Abmeldungen und Gründe dafür. Sie hilft Dir aber auch darüber hinaus bei der Gestaltung und Verwaltung Deines Newsletters.



Alle ansprechen Inklusive Sprache



Achte auf eine gendergerechte Sprache. Wenn Du Dich für die Belange einer bestimmten Personengruppe einsetzt, besprich mit ihnen, wie sie bezeichnet werden möchten, falls Du Dir nicht sicher bist. Menschen durch Bezeichnungen als „anders“ zu markieren, macht eigentlich nur dann Sinn,

wenn Du damit auf gesellschaftliche Missstände und Barrieren aufmerksam machen möchtest, die eine bestimmte Personengruppe betreffen. Dazu gehört im Zusammenhang mit dem 5. Mai natürlich besonders häufig der Begriff „Menschen mit Behinderung“ (siehe Kasten).

Menschen mit Behinderung



Jede Person erlebt ihre Beeinträchtigung anders und leidet nicht zwangsläufig darunter, sondern hat sie und lebt damit. Eine Behinderung kann nur ein Aspekt im Leben einer vielfältigen Persönlichkeit sein. Viele Menschen mit Behinderung leiden eher an Reaktionen und Gegebenheiten des Umfelds und fühlen sich erst „behindert“ durch Vorurteile und fehlende Barrierefreiheit. Das kannst Du schreiben: Menschen mit Behinderung, Menschen mit Beeinträchtigung; die jeweilige Beeinträchtigung wie gehörlos, sehbeeinträchtigt, blind, Autist*innen / autistisch, Rollstuhlfahrer*innen / mit dem Rollstuhl unterwegs, Menschen mit Lernschwierigkeiten, Menschen mit kognitiver Behinderung, Menschen mit psychischer Beeinträchtigung.

Mehr Informationen dazu:

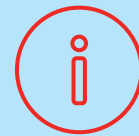


- Begriffsliste von Leidmedien.de des Sozialhelden e.V. „Begriffe über Behinderung von A bis Z“:
www.leidmedien.de/leitfaden/
- Hilfestellung „Berichterstattung über Menschen mit psychischen Erkrankungen“:
bit.ly/leitfaden03

Wenn Du sensibel und respektvoll mit Sprache umgehst, bringst Du allen, für die Du Aktionen planst, Deine Wertschätzung entgegen und zeigst Medienmacher*innen, wie es geht. Sei es mit Blick auf die Migrationsgeschichte von Menschen, ihre Rassismus- oder Armutserfahrung sowie ihre

sexuelle Orientierung und Identität. Gibt es diesbezüglich Fragen oder Unsicherheiten, ist es sinnvoll, auf die Selbstbezeichnung von betroffenen Personengruppen zu achten. Außerdem gibt es verschiedene Leitfäden für einen nicht-diskriminierenden Sprachgebrauch.

Mehr Informationen dazu:



- Glossar der Neuen deutschen Medienmacher „Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland“: bit.ly/leitfaden04
- „Leitfaden für einen rassistuskritischen Sprachgebrauch“ des AntiDiskriminierungsBüros (ADB) Köln: www.oegg.de > Publikationen
- Leitfaden „Schöner schreiben über Lesben und Schwule“ vom Bund lesbischer und schwuler Journalist*innen: bit.ly/leitfaden06
- Broschüre „Trans* in den Medien“ vom TransInterQueer e.V.: www.transinterqueer.org > Publikationen



So gestaltest Du Aktionen barrierefrei



Barrierefreie Veranstaltungen – alle sind dabei

Bei einer inklusiven Aktion zählt nicht nur ein Thema, das Menschen bewegt – wie gute Bildung oder Gleichberechtigung bei der Bezahlung. Bei der Veranstaltungsplanung kommt es ganz besonders auch auf Barrierefreiheit an. Barrierefreiheit fängt beim Veranstaltungsort an, ist aber auch bei Vorträgen, persönlichen Gesprächen, Beschilderung oder Veranstaltungstechnik bedeutend. Ganz wichtig: Kann Barrierefreiheit nicht in allen Aspekten gewährleistet werden, sollte dies von den Veranstalter*innen frühzeitig, offen und ehrlich kommuniziert werden. Es muss nicht alles perfekt sein, aber je mehr Barrierefreiheit berücksichtigt wird, desto mehr Menschen können von Deiner Aktion profitieren oder sie aktiv vor Ort unterstützen. Insbesondere bei größeren Veranstaltungen ist es sinnvoll, vorher abzufragen, welche Unterstützung oder Assistenz Teilnehmer*innen brauchen. So erfährst Du, worauf Du bei Räumen, Technik oder anderen Dingen achten solltest. Folgende Punkte sollten Veranstalter*innen und Organisator*innen bedenken:

Barrierefreier Veranstaltungsort

Sind die Räumlichkeiten rollstuhlgerecht, also stufenlos oder mit Rampen zugänglich, gibt es Aufzüge und automatische Türen? Dann ist schon eine wichtige Voraussetzung erfüllt. Blindenleitsysteme und Schilder mit starken Kontrasten oder barrierefreie (gegebenfalls Unisex-) Toiletten ermöglichen mehr Menschen, bei Veranstaltungen dabei zu sein.

Barrierefrei essen

Strohhalme für Menschen mit motorischen Beeinträchtigungen oder unterschiedlich

hohe Tische für die Essensausgabe und zum Sitzen für sehr kleine und große Personen sind ein Plus. Bei Mahlzeiten für alle sind Schilder mit Inhaltsstoffen für Allergiker*innen sowie ausreichend vegetarisch und / oder vegane Angebote wichtig. Zum Beispiel für Muslim*innen sollte es Speisen ohne Schweinefleisch geben.

Barrierefreie Kommunikation

Menschen, die nicht gut Deutsch sprechen oder eine kognitive Beeinträchtigung haben, fühlen sich bei Fachvorträgen oder anderen Veranstaltungen oft ausgeschlossen. Damit sie verstehen, worüber gesprochen wird, ist es wichtig, auf Einfache oder Leichte Sprache zu achten.

Gehörlose Menschen verstehen in der Regel besser mithilfe von Gebärdensprachdolmetscher*innen. Schwerhörigen Menschen helfen Mikrofone und eine drahtlose Signalübertragungsanlage, die gesprochene Sprache über Funkwellen an ein Empfangsgerät senden, das um den Hals getragen wird. Von dort werden die Schallwellen an ein Hörgerät weitergeleitet. Der Service von Schrift-Dolmetscher*innen ist für all jene praktisch, die dem gesprochenen Wort lesend folgen können. Das Begleiten der gesamten Veranstaltung im Internet – ein sogenannter Livestream – bietet Beteiligungsmöglichkeiten für kontaktscheue Menschen oder andere, die nicht bei der Veranstaltung dabei sein können.

Persönliche Gespräche

Wer Aktionen für und mit Menschen mit Behinderung plant, sollte im Vorfeld ausreichend im Gespräch sein. So lässt sich am besten klären, welche Besonderheiten

Besucher*innen oder Teilnehmer*innen brauchen. Auf jeden Fall sollte genügend Zeit für Vorgespräche und die Organisation von Maßnahmen für mehr Barrierefreiheit eingeplant werden.

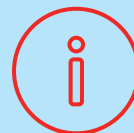
Alle erreichen – barrierefrei im Internet

Im Internet gilt: Texte, PDFs, Podcasts und Videos sollten barrierefrei gestaltet sein. Menschen mit Lern- oder Leseschwierigkeiten oder Nicht-Muttersprachler profitieren besonders von Informationen in Einfacher Sprache. Dabei wird auf komplexe Begriffe oder Fremdworte verzichtet. Bildbeschreibungen („Alternativtexte“) über das Redaktionssystem einer Internetseite helfen blinden und sehbeeinträchtigten Menschen. Die meisten Systeme sehen entsprechende Textfelder vor. Ihre „Vorlese-Programme“, auf Englisch Screenreader, wandeln die Texte in Sprache oder Braille-Schrift um. Noch ein Vorteil: Die Beschreibungstexte wirken sich positiv auf die Suchmaschinen-Gewichtung von Internetseiten aus.

Und wie geht das „offline“?

Da gelten oft die gleichen Regeln wie im Internet. Für eine bessere Lesbarkeit braucht es die richtigen Farben – rot und grün sind gerade in Kombination schlecht geeignet, da manche Menschen eine sogenannte Rot-Grün-Sehschwäche haben. Starke Kontraste, eine deutlich lesbare Schrift ohne Serifen und eine ausreichende Schriftgröße sind wichtig. Platz zwischen Absätzen und Spalten, linksbündige Texte und klare, vereinzelt hervorgehobene Worte machen die Gestaltung übersichtlich. Flyer haben eine überschaubare Textlänge und sind in Leichter Sprache auch gut lesbar für Menschen mit Lernschwierigkeiten. Bei gedruckten Publikationen gibt es darüber hinaus die Möglichkeit des eingepprägten Braille-Drucks in Blindenschrift. So sind die Inhalte auch für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen zugänglich, die Braille-Schrift beherrschen.

Mehr Informationen dazu:



Barrierefreiheit im Netz

- Webbasierte Selbsttests Rot-Grün-Sehschwäche: www.vischeck.com
- Plattform mit Tipps und Hinweisen, um Anwendungen, Webseiten und Blogs zugänglicher zu machen: www.barrierefreiheit.de
- BIK – Barrierefrei informieren und kommunizieren: www.bik-fuer-alle.de
- Das Netzwerk Leichte Sprache hilft dabei, Leichte Sprache umzusetzen: www.leichte-sprache.org

Zu guter Letzt



Inklusion ist ein Prozess, der vom Miteinander lebt. Wer eine Aktion inklusiv plant, gewinnt dadurch neue Kontakte und Einsichten. Der Austausch bringt wichtige Impulse für das Miteinander und die Arbeit von Vereinen und Organisationen. Ist etwas bei einer Aktion nicht so gut gelaufen, fühlten sich Menschen trotz der Bemühungen ausgeschlossen? Dann ist es wichtig, ansprechbar zu bleiben.

Dieser Leitfaden ist nur ein Anfang. Um Inklusion zu ermöglichen, braucht es Raum und Zeit für Begegnungen. Mindestens genauso wichtig ist die Bereitschaft, sich auf neue Sichtweisen und Bedürfnisse einzulassen. Wenn das manchmal noch schwerfällt, solltest Du nicht zögern, Dir bei erfahrenen Aktivist*innen, Vereinen oder Organisationen Unterstützung zu holen. Manche bieten zum Beispiel Beratungen und Trainings mit dem Schwerpunkt Inklusion an.

Wir wünschen Dir viel Spaß und Erfolg bei Deiner Aktion.
Hast Du noch Fragen? Dann melde Dich gerne bei uns per E-Mail:
protesttag@aktion-mensch.de





Mehr Informationen unter
aktion-mensch.de/5mai



Aktion Mensch e.V.

Heinemannstr. 36

53175 Bonn

Telefon: 0228 2092-0

info@aktion-mensch.de