


Mehr Geschäfte öffnen



**Besser einkaufen:
63 % der Menschen in
Deutschland halten den weiteren
Ausbau der Barrierefreiheit
in Geschäften für wichtig.⁸**

Quelle:

⁸ Umfrage des Allensbacher Instituts für Demoskopie zum Thema Nationaler Aktionsplan. » In: BMAS-Publikation: Unser Weg in eine inklusive Gesellschaft, S. 21.



„Barrierefreiheit gehört fest zu unserer Unternehmensphilosophie. Wir stellen Mitarbeiter mit Behinderungen ein, möchten aber auch allen Kunden mit und ohne Behinderungen ein angenehmes Einkaufen ermöglichen.“

Rüdiger Zurheide, Geschäftsführer
Edeka Frischecenter Zurheide

OHNE HINDERNISSE EINKAUFEN

*Vor welchen Herausforderungen stehen Menschen mit Behinderungen beim Einkaufen?
Warum Barrierefreiheit im Einzelhandel? Wie können Sie für Barrierefreiheit in Ihren
Geschäftsräumen sorgen?*

Geschäftsräume ohne Hindernisse

Frau W. ging jeden Tag zum Einkaufen. Von montags bis samstags stattete sie ihrem Supermarkt an der Ecke einen Besuch ab. Frau W. gehörte zum Inventar. Eines Tages kam sie nicht mehr. Der Filialleiter traf sie zufällig in der Stadt. Mit einem Rollator. Das war neu. Warum sie nicht mehr kommen würde, wollte er wissen. „Ich passe bei euch nicht mehr durch das Drehkreuz“, sagte Frau W. „Und ohne den Rollator kann ich mich nicht mehr bewegen.“ Jetzt schicke sie entweder ihre Enkelin los oder kaufe in einem kleinen Laden ein, der teurer sei und weniger Auswahl habe – aber auch kein Drehkreuz.

So ergeht es jeden Tag vielen Menschen, die sich nicht mehr ohne Hilfsmittel bewegen können. Sie sind auf barrierefreie Alternativen angewiesen, auf Läden und Geschäftsräume ohne Hindernisse.

Angebote barrierefrei gestalten

Im Einzelhandel hat das Umdenken begonnen. Die Branche ist dabei, Angebote barrierefrei zu gestalten und auf die Bedürfnisse von älteren, mobilitätseingeschränkten, chronisch kranken und Menschen mit Behinderungen einzugehen. Denn die Veränderungen, die der demografische Wandel mit sich bringt, spürt der Einzelhandel besonders stark. Von den heute etwa 1,3 Millionen 50-Jährigen könnten 100.000 das Alter von 100 Jahren erreichen. Das wären 20 Mal so viele 100-Jährige wie heute, und das bei sinkender Bevölkerungszahl.

Quelle: Prof. Dr. Eckhart Bomsdorf, Universität zu Köln, im PKV publik, Juli 2010

Die „Generation 50+“ ist kaufkräftig: Sie ist für etwa 50 Prozent des Konsums verantwortlich. Und die Zahl der älteren Menschen wächst weiter. Mit ihr wird auch die Zahl der Menschen mit altersbedingten Behinderungen und chronischen Erkrankungen zunehmen. Laut Generali-Altersstudie sind die 65- bis 85-Jährigen heute zwar wesentlich gesünder als vergleichbare Altersgruppen früher, eine Verschlechterung des Gesundheitszustandes mit zunehmendem Alter bleibt aber nicht aus. Die überwältigende Mehrheit der 65- bis 85-Jährigen ist darauf ausgerichtet, bei gesundheitlichen Problemen den eigenen Haushalt aufrechtzuerhalten. Jeweils rund vier von fünf Befragten wünschen sich, dass sie möglichst lange unabhängig bleiben können und nicht pflegebedürftig werden. Mit barrierefreien Geschäftsräumen sichern Sie sich nicht nur die Treue ihrer älter werdenden Kundschaft, sondern gewinnen die Zielgruppe der Menschen mit Behinderungen hinzu.

Von barrierefreien Geschäftsräumen profitieren

Die Anforderungen zur Barrierefreiheit in Läden und Geschäftsräumen umfassen verschiedene Aspekte:

- ✿ automatische Türen, ebenerdige Wege, Rampen und Aufzüge
- ✿ breite Gänge und ausreichend Platz an der Kasse
- ✿ verschiedene Sitz- oder Ruhemöglichkeiten
- ✿ Verzicht auf laute Musik
- ✿ barrierefreie Kundentoiletten
- ✿ Produkt- und Preisschilder in großer Schrift und kontrastreicher Darstellung
- ✿ Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hinsichtlich Barrierefreiheit
- ✿ Behindertenparkplätze

Von diesen Maßnahmen profitieren alle: Regale lassen sich in breiteren Gängen besser auffüllen und geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind sicherer und souveräner im Umgang mit der neuen Zielgruppe.



Infos für KMUs

Barrierefreie Ladengeschäfte sind vor allem für kleine und mittlere Unternehmen im Einzelhandel ein zukunftsweisendes Geschäftsmodell. Kundinnen und Kunden mit Behinderungen schätzen nicht nur den hindernisfreien Zugang, sondern gerade die persönliche Ansprache und Hilfe vor Ort. Hier besteht oft ein großer Unterschied zu den großen Märkten. Wer in seiner Boutique körperlich eingeschränkten Personen zur Hand gehen oder in seinem Möbelgeschäft Rollstuhlfahrern Einrichtungsalternativen aufzeigen kann, gewinnt eine zufriedene und treue Kundengruppe.



Viel Platz: Einkaufen mit Rollstuhl, Rollator oder Kinderwagen ist bei Edeka Zurheide kein Problem.



Unternehmensprofil
Edeka KG Frischecenter Zurheide

Anzahl Beschäftigter: 600
Anzahl Beschäftigter mit Behinderungen: 45
Branche: Lebensmittel
Rechtsform: KG
Umsatz: k. A.



Rüdiger Zurheide setzt auf gelebte Barrierefreiheit.

29. Praxisbeispiel

EINKAUFEN LEICHT GEMACHT

Bei Edeka Zurheide freut sich die Kundschaft über breite Gänge und gut lesbare Schilder

In den sieben Frischecentern von Edeka Zurheide in Düsseldorf, Bottrop, Essen, Gladbeck und Oberhausen führen breite Gänge um die Obst- und Gemüseauslage, Regale sind in großzügigem Abstand zueinander aufgestellt und Preisschilder sind auch ohne Lupe gut lesbar. Wer hier einkauft, muss sich nicht durch enge Gänge zwingen und dabei noch Angst haben, einen mannshohen Turm an Suppendosen umzustoßen. Gerade für Kundinnen und Kunden mit Rollstuhl, Rollator oder Kinderwagen erleichtert die übersichtliche Gestaltung der Räume das Einkaufen.

Eine Frage der Unternehmensphilosophie

„Barrierefreiheit gehört schon seit Jahren fest zu unserer Unternehmensphilosophie“, sagt Rüdiger Zurheide, Geschäftsführer der Frischecenter Edeka Zurheide.

„Wir wollen allen Kunden mit oder ohne Handicap ein angenehmes Einkaufen ermöglichen.“

Deshalb stehen den Kunden barrierefreie Toiletten zur Verfügung und es gibt behindertengerechte Einkaufswagen, die vorne an den Rollstuhl gespannt oder an einem tiefen Griff durch den Laden geschoben werden können. Die Regale in

den Filialen sind zudem mit elektronischen Etiketten ausgestattet.



„Wir wollen allen Kunden mit und ohne Handicap ein angenehmes Einkaufen ermöglichen.“

Diese sind durch ihre Größe und kontrastreiche Gestaltung auch für Menschen mit einer Sehschwäche gut lesbar und erleichtern gleichzeitig den Mitarbeitern der Filiale die Arbeit. Denn die elektronischen Etiketten lassen sich zentral von einem Computer steuern und ersparen das lästige Aufkleben von Papieretiketten.

Nur zusammen ein Team

Aber für Zurheide ist das Thema Inklusion auch bei der Mitarbeitergewinnung zentral.

„Wir stellen gezielt Mitarbeiter mit Behinderung ein. Bei uns ist jeder Einzelne ein wichtiges Mitglied des Teams. Dieser Leitgedanke trägt viel zur Motivation unserer Mitarbeiter bei“, so Zurheide. Mittlerweile beschäftigt Zurheide zirka 45 Menschen mit Behinderungen, das sind bei 600 Mitarbeitern rund 7,5 Pro-

zent, also deutlich mehr, als die Beschäftigungsquote für die Schwerbehinderten-Ausgleichsabgabe mit 5 Prozent vorsieht. „Unsere Mitarbeiter stehen unseren Kunden bei Fragen gerne zur Seite und führen sie direkt zu einem Produkt, wenn sie danach fragen. Für diesen Service bekommen wir viel positive Rückmeldung und seit der Umgestaltung kommen auch sehr viele Rollstuhlfahrer bei uns einkaufen“, sagt Zurheide. Ob das nur an der barrierefreien Gestaltung der Räume liegt oder auch an dem positiven Betriebsklima, lässt sich nicht genau sagen – sicher ist jedenfalls, dass in den Filialen sowohl Eltern mit Kinderwagen als auch Ältere und Menschen mit Handicap bequem ihren Einkauf erledigen können.

Weitere Informationen:
www.frischecenter-zurheide.de



Schuhe kaufen mit Gefühl: Einkaufsberatung für blinde und sehbehinderte Kunden.

Unternehmensprofil
GALERIA Kaufhof GmbH



Anzahl Beschäftigter: 23.000
 Anteil Beschäftigter mit
 Behinderungen: 7,9 Prozent
 Branche: Einzelhandel
 Rechtsform: GmbH
 Umsatz: 3,1 Milliarden Euro (2012)



Die Kaufhof-Mitarbeiter werden für die Einkaufsbegleitung extra geschult.

30. Praxisbeispiel

SPEZIELLER SERVICE: MODE-SCHAUEN FÜR BLINDE MENSCHEN

Interview mit Andrea Ferger-Heiter, Galeria Kaufhof

Wie kaufen blinde Menschen bei Galeria Kaufhof ein?

Wenn sie möchten, mit unserer Unterstützung: Für blinde und sehbehinderte Menschen gibt es mittlerweile in 82 Filialen eine kostenlose Einkaufsbegleitung. Unsere Mitarbeiter werden zuvor von einem Mobilitätstrainer des Blinden- und Sehbehinderten-Verbands geschult. Manche Filialen bieten auch Modeschauen für blinde und sehbehinderte Menschen an. Dazu werden Schaufensterpuppen eingekleidet und können dann in aller Ruhe betastet und angefasst werden.

Wie weisen Sie auf dieses besondere Angebot hin?

Blinde und sehbehinderte Menschen erreichen wir hauptsächlich durch Hinweise an die entsprechenden Verbände. Aber auch Radio Ohrfunk.de hat schon ausführlich und praxisnah darüber berichtet. Zudem ist der Service in die Inklusionslandkarte des Behindertenbeauftragten aufgenommen worden. Ergänzend verteilen einige Filialen Flyer oder schalten Anzeigen in Printmedien für Menschen mit Behinderungen.

Sie bieten Menschen mit Handicap generell einen besonderen Service. Warum?

Galeria Kaufhof ist klassischerweise eine Einkaufsstätte für die ganze Familie. Deshalb wollen wir allen Generationen und auch Menschen mit Handicap gerecht werden und unsere Warenhäuser möglichst barrierefrei ausstatten sowie einen besonderen Service anbieten.

Was ist denn an der Ausstattung der Warenhäuser besonders?

In vielen Galeria-Kaufhof-Filialen gibt es beispielsweise die Komfort-Umkleidekabine. Die hat ein Maß von 1,20 Meter mal 1,20 Meter. Es gibt einen zweiten Spiegel, zusätzliche Haken, einen Haltegriff, eine feste Sitzbank, eine Brillenablage und einen extra langen Schuhanzieher. Das ist für Menschen mit Handicap wichtig. Aber auch junge und nichtbehinderte Menschen finden es angenehm, ihre Brille ablegen zu können oder einen Haken mehr zu haben.

Andrea Ferger-Heiter war knapp fünf Jahre Demografiebeauftragte der Galeria Kaufhof. Sie wirkte maßgeblich an der Ausarbeitung des Qualitätszeichens für generationenfreundliches Einkaufen mit. Heute ist sie Filialgeschäftsführerin in Köln.

Weitere Informationen:
www.galeria-kaufhof.de/ueberuns/verantwortung



Info

Mit dem bundesweiten Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“ können seit Frühjahr 2010 Einzelhändler in ganz Deutschland ausgezeichnet werden. Das Qualitätszeichen wurde gemeinsam von der Initiative des Bundesfamilien- und des Bundeswirtschaftsministeriums „Wirtschaftsfaktor Alter“ und vom Handelsverband Deutschland (HDE) entwickelt. Die Zertifizierung der Geschäfte erfolgt durch die Landes- und Regionalverbände des HDE. Mehr zum generationenfreundlichen Einkaufen: www.generationenfreundliches-einkaufen.de

ANREGUNGEN FÜR IHREN AKTIONSPLAN

ZIELE:

- ✦ Wir ermöglichen allen Kundinnen und Kunden, mit und ohne Beeinträchtigungen, das Einkaufen in unserem Geschäft.
-

MUSTERMASSNAHMEN:

- ✦ Wir bemühen uns um eine möglichst barrierearme Zugänglichkeit und Ausstattung unserer Geschäftsräume – zum Beispiel mit mobiler Rampe, breiten Gängen, viel Platz an der Kasse, Sitzmöglichkeiten, gut lesbarer Beschilderung und barrierefreien Toiletten.
- ✦ Wir bitten unsere Kundinnen und Kunden um gezieltes Feedback bezüglich der Barrierefreiheit unserer Geschäftsräume, um für Verbesserungen zu sorgen.
- ✦ Wir lassen uns bei der Umgestaltung unserer Geschäftsräume professionell unterstützen und nehmen Beratungsangebote in Anspruch, etwa durch spezialisierte Anbieter für demografiefeste Produkte und Dienstleistungen.
- ✦ Wir lassen unser barrierefreies Angebot prüfen oder zertifizieren, zum Beispiel mit dem Siegel „Generationenfreundliches Einkaufen“ des Handelsverbandes Deutschland.
- ✦ Wir weisen verständlich auf die Barrierefreiheit unserer Geschäftsräume hin, beispielsweise auf unserer Internetseite, in Prospekten oder auf Plakaten.
- ✦ Unsere Beschäftigten bilden wir im Umgang mit Menschen mit Behinderungen weiter, damit sie unseren Kundinnen und Kunden als kompetente Ansprechpartner zur Verfügung stehen, etwa durch externe Schulungen von Behindertenorganisationen.

EINKAUFEN VON ZU HAUSE

Wofür sind barrierefreie Online-Shops gut? Wie funktioniert ein barrierefreier Online-Shop? Worauf müssen Sie bei der Planung achten?

Onlineshopping längst eine Selbstverständlichkeit

Onlineshopping gehört zu den Selbstverständlichkeiten unseres Alltags. Der Branchenverband BITKOM gab 2011 den Anteil der Online-Shopper unter den 50- bis 64-jährigen Onlinern mit über 60 Prozent an. Bei den über 65-Jährigen waren es immerhin 25 Prozent, Tendenz steigend.

Immer mehr Unternehmen richten ihre Online-Angebote daher so ein, dass auch Menschen mit Behinderungen diese ohne Einschränkungen nutzen können. Barrierefreie Online-Shops sind für Menschen mit Behinderungen eine enorme Bereicherung, da sich der mühsame Weg in Ladengeschäfte so vermeiden lässt. Schon heute nutzen Menschen mit Behinderungen das Internet intensiver als Menschen ohne Behinderungen.

Barrierefreie Online-Shops bieten zahlreiche Vorteile:

- ✦ Sie bedienen eine internetaffine, wachsende Zielgruppe.
- ✦ Barrierefreie Online-Shops werden aufgrund der übersichtlichen Gestaltung und einfachen Navigation von Suchmaschinen besser und höher gelistet – ihre Auffindbarkeit wächst.
- ✦ Schätzungen gehen davon aus, dass Sie zwischen 10 und 20 Prozent neue Kundinnen und Kunden erreichen können.
- ✦ Ein barrierefreies Online-Angebot sorgt für ein positives Unternehmensimage.

Richtlinien für barrierefreie Webinhalte

Die Programmierung sollte man ruhig dem Profi überlassen. Dieser wird sich in der Regel an den allgemeinen Vorgaben orientieren, wie es sie für barrierefreie Internetauftritte bereits gibt – zum Beispiel die Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV) oder die Richtlinien für barrierefreie Webinhalte (WCAG).

Barrierefreie Online-Shops planen

Die Grundideen eines barrierefreien Online-Shops sollten schon bei der Planung mitgedacht werden, zum Beispiel beim Anlegen eines Bestellformulars. Barrierefreiheit bedeutet hier vor allem Einfachheit und Klarheit: Die Nutzerin oder der Nutzer soll schnell erfassen können, was zu tun ist. Das heißt:

- ✦ **Einfachheit:** Der Inhalt ist verständlich, die Sprache klar und einfach.
- ✦ **Priorisierung:** Im Formular tauchen nur die nötigen Informationen auf.
- ✦ **Relevanz:** Vom Nutzer werden nur für den Bestellprozess relevante Informationen abgefragt. Zum Beispiel klagen Gehörlose immer wieder darüber, dass sie Bestellungen nur gegen Angabe einer Telefonnummer durchführen können, die sie in der Regel aber nicht besitzen.
- ✦ **Orientierung:** Das Formular ist durchgehend und einfach gestaltet, so dass der Nutzer weiß, an welcher Stelle er ist und was ihn erwartet.

- ✳ **Wahrnehmbarkeit:** Die Inhalte sind gut wahrnehmbar und übersichtlich dargestellt. Die Seite verzichtet auf Elemente, die für manche Menschen Gesundheitsrisiken bergen. Zum Beispiel sind blinkende Darstellungen eine Gefahr für Epileptiker.



Infos für KMUs

Viele kleine und mittlere Betriebe, die ihre Produkte und Dienstleistungen im Internet verkaufen, schrecken vor der barrierefreien Ausgestaltung ihres Online-Shops zurück, weil sie hohe Programmierkosten befürchten oder Menschen mit Behinderungen noch nicht als Zielgruppe erkannt haben. Dabei lohnt ein barrierefreier Online-Shop: Zum einen gewinnen Sie eine internetaffine Zielgruppe hinzu. Zum anderen können barrierefreie Websites problemlos auch über mobile Endgeräte abgerufen werden – Sie erhalten einen zusätzlichen Vertriebskanal.



Weiterführende Links

Alle Informationen im Blick: Internetseiten für Ältere

Informationen zu e-Commerce-Leitlinien und Webshops für ältere Menschen und Menschen mit Behinderungen.

<http://accessible-ecommerce.wienfluss.net/>

Alle Informationen im Blick: Barrierefreiheit im Internet

Leitlinien der Aktion Mensch für barrierefreie Websites mit Veranstaltungshinweisen und Blog-Artikeln.

www.einfach-fuer-alle.de

Richtlinien für barrierefreie Webinhalte

Richtlinien für barrierefreie Websites nach der Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV).

www.einfach-fuer-alle.de/artikel/bitv

Richtlinien für barrierefreie Webinhalte (WCAG) 2.0.

www.w3.org/Translations/WCAG20-de

Service für Kundinnen und Kunden mit geistiger Behinderung

Der Leitfaden „Service für Kunden mit geistiger Behinderung in Einzelhandel und Gastronomie“ des BKB Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit e.V. in Kooperation mit der Bundesvereinigung Lebenshilfe e.V. klärt auf, wie mit Menschen mit geistiger Behinderung im Service umgegangen werden sollte und worauf zu achten ist.

www.lebenshilfe.de/de/

[themen-fachliches/artikel/KundenmgB.php?listLink=1](http://www.lebenshilfe.de/de/themen-fachliches/artikel/KundenmgB.php?listLink=1)

Fazit:

Menschen mit Behinderungen sind eine internetaffine Zielgruppe. Gestalten Sie Ihren Online-Shop deshalb barrierefrei – und gewinnen Sie eine attraktive Kundengruppe.



31. Praxisbeispiel

KREATIVITÄT OHNE AUSGRENZUNG

Der Webshop des Kölner LABBÉ Verlags

„Das Ziel unserer Arbeit ist es, Kinder in ihrer Kreativität zu fördern. Klar, dass wir auch Menschen mit besonderen Bedürfnissen, wie etwa Sehbehinderte und Hörgeschädigte, erreichen wollen. Deshalb ist der Webshop des LABBÉ-Verlages barrierefrei“, sagt Geschäftsführer Micha Labbé. Er bietet Materialien sowie Spiel- und Bastelideen für Kinder mit und ohne Behinderungen in den beiden Bastelgeschäften in Köln und Düsseldorf und über einen barrierefreien Shop im Internet.

Aus technischer Sicht barrierefrei

Das Besondere an diesem Webshop ist, dass man ihn komplett mit der Tabulator-Taste steuern kann. Ankerpunkte auf der Seite helfen, schnell zu einem anderen Teil der Seite zu springen – das erleichtert zum Beispiel Menschen mit Mobilitätseinschränkungen die Navigation. Blinde und sehbehinderte Menschen, die Internetseiten von einem Screenreader vorgelesen bekommen, profitieren von einer optimierten Anzeige der Suchergebnisse. Die Anzahl der Suchergebnisse steht immer direkt im Dokumententitel der Seite. Das hat den Vorteil, dass die Nutzerinnen und Nutzer direkt erfahren, ob die Suche erfolgreich war. „Normalerweise sind dynamische Inhalte, die sich mit

oder ohne Einwirkung des Nutzers verändern, für viele Computer-Hilfsmittel ein Problem. Das betrifft zum Beispiel Screenreader.



„Uns ist die technische und inhaltliche Barrierefreiheit unserer Website wichtig.“

Die bekommen nicht mit, wenn sich der Inhalt eines Formulars ändert“, erklärt Kathrin Amend. Deshalb ist der Checkoutbereich des LABBÉ-Shops, der auf Javascript basiert, extra so programmiert, dass die dynamischen Inhalte auch für Screenreader oder bei der Navigation durch die Tastatur gut zugänglich sind.

Inhalte verständlich für alle

Neben der technischen ist dem Verlag auch eine inhaltliche Barrierefreiheit wichtig. Die Redaktion ist zuständig dafür, dass die Inhalte der Website einfach und verständlich sind, so dass auch Kinder mit einer geistigen Behinderung sie verstehen. Mittlerweile gibt es hier einen riesigen Fundus aus etwa 600 Texten, Erklärungen und Schritt-für-Schritt-Anleitungen, so Labbé: „Es geht uns aber nicht

nur darum, die Texte für Kinder mit einer Behinderung aufzubereiten, sondern auch darum, Kindern ohne Behinderung ein Einfühlungsvermögen für Behinderte zu vermitteln. Deshalb erklären wir auf den Kinderseiten zum Beispiel wie Blindenschrift oder wie Gebärdensprache funktioniert.“ 2010 kürte die Aktion Mensch den LABBÉ-Online-Shop zum besten barrierefreien Online-Shop in Deutschland.

Weitere Informationen:
www.labbe.de und shop.labbe.de



Unternehmensprofil
LABBÉ GmbH

Anzahl Beschäftigter: 50
Anzahl Beschäftigter mit Behinderungen: 0
Branche: Bastelbedarf
Rechtsform: GmbH
Umsatz: k. A.

ANREGUNGEN FÜR IHREN AKTIONSPLAN

ZIELE:

- ✦ Unser Online-Shop wird barrierefrei, damit Menschen mit Behinderungen die Chance haben, unsere Produkte und Dienstleistungen bequem im Netz zu bestellen.
-

MUSTERMASSNAHMEN:

- ✦ Bei der Einrichtung eines barrierefreien Webshops orientieren wir uns an den Richtlinien für barrierefreie Webinhalte, zum Beispiel den Leitlinien der Aktion Mensch oder der Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV). Das heißt, wir achten auf einen klar strukturierten Aufbau, eine eindeutige Navigation, starke Kontraste, eine skalierbare Schrift und vermeiden blinkende oder animierte Texte und Grafiken.
- ✦ Anmelde- und Bestellformulare gestalten wir so, dass nur die wichtigsten Informationen enthalten sind und abgefragt werden. Die Kundin oder der Kunde soll genau wissen, wie sie bzw. er vorgehen muss. Zugleich soll sie bzw. er nicht vom Anmeldeprozess ausgeschlossen werden, zum Beispiel indem von gehörlosen Menschen die Angabe einer Telefonnummer gefordert wird.
- ✦ Wir weisen auf der Startseite unseres Online-Shops deutlich und verständlich auf die barrierefreie Version unseres Shops hin.
- ✦ Wir integrieren Zusatzangebote in unsere Online-Shops, die Menschen mit Behinderungen helfen. Das können etwa eine optimierte Suchfunktion und Untertitelte Videos mit Produktionsbeschreibung sein.
- ✦ Wir bitten unsere Kundinnen und Kunden um gezieltes Feedback zur Usability unseres Online-Shops, um für Verbesserungen zu sorgen.
- ✦ Wir stellen unseren Kundinnen und Kunden mit Behinderungen eine Ansprechpartnerin oder einen Ansprechpartner zur Verfügung, der zum Beispiel beim Onlinebestellvorgang helfen oder die Bestellung per Telefon aufnehmen kann. Unsere Kundenmitarbeiterinnen und -mitarbeiter schulen wir entsprechend.