

# Barrierefreiheit im Web für Redakteur\*innen

Deep Dive im Zuge des Webrelaunchs der Spoho | 26. Januar 2026

---

Ein Kooperationsvorhaben empfohlen durch die:

Gefördert durch:

# Tipps zur Kommunikation

- Mikro gerne zur Vermeidung von Hintergrundgeräuschen ausschalten.
- Nach dem Input ist Zeit für Fragen und Diskussion.
- Bei Wortmeldungen bitte die „Hand heben“ Funktion in Webex nutzen.
- Meeting wird aufgezeichnet; ggf. Video ausschalten.

# Was erwartet Sie heute?

1. Ziele des Deep Dives
2. Warum sind barrierefreie Webseiten wichtig?
3. Zielgruppen barrierefreier (Web-)Inhalte
4. Praktische Tipps für Redakteur\*innen –  
mit Demos und Anwendungsbeispielen der Spoho
5. Exkurs: Worauf noch zu achten ist (wenn Zeit)
6. Resümee & Fragen
7. Materialien & weitere Infos

# Ziele des Deep Dives

## Was Sie heute mitnehmen:

- Warum Barrierefreiheit im Web wichtig ist
- Was das für Ihre redaktionelle Arbeit bedeutet
- Wie Sie Inhalte barrierearm aufbauen
- Wie das in TYPO3 praktisch aussieht
- Wie Sie Inhalte erstellen, die mehr Menschen erreichen – ohne Mehraufwand

# Demonstration: Screenreader-Nutzung



The screenshot shows a presentation slide with a white background and a dark blue vertical bar on the left. The slide features the following elements:

- Top Right:** Logo for **BARRIEREFREIHEIT.NRW** (a square with a grid pattern) and the text **BARRIEREFREIHEIT.NRW**.
- Center:** The word **Screenreader** in a large, dark blue font, followed by the subtitle **Studierende zeigen ihre assistive Technologie.** in a smaller, red font.
- Bottom Left:** A horizontal line above the text **Ein Kooperationsvorhaben empfohlen durch die:**. Below this is the logo for **DIGITALE HOCHSCHULE NRW** (a square with a grid pattern) and the text **DIGITALE HOCHSCHULE NRW** and **INNOVATION DURCH KOOPERATION**.
- Bottom Right:** The text **Gefördert durch:** above the text **Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen** and the logo of the **Landes Nordrhein-Westfalen** (a shield with a red lion on a green and white background).

[Link zum Video „Screenreader – Studierende zeigen ihre assistive Technologie.“](#)

# Zielgruppe

Wer profitiert in welcher Weise?

# Warum sind barrierefreie Webseiten wichtig?

## Mehr Menschen erreichen

Barrierefreie Webseiten ermöglichen allen Menschen einen gleichberechtigten Zugang zu Informationen, z.B.:

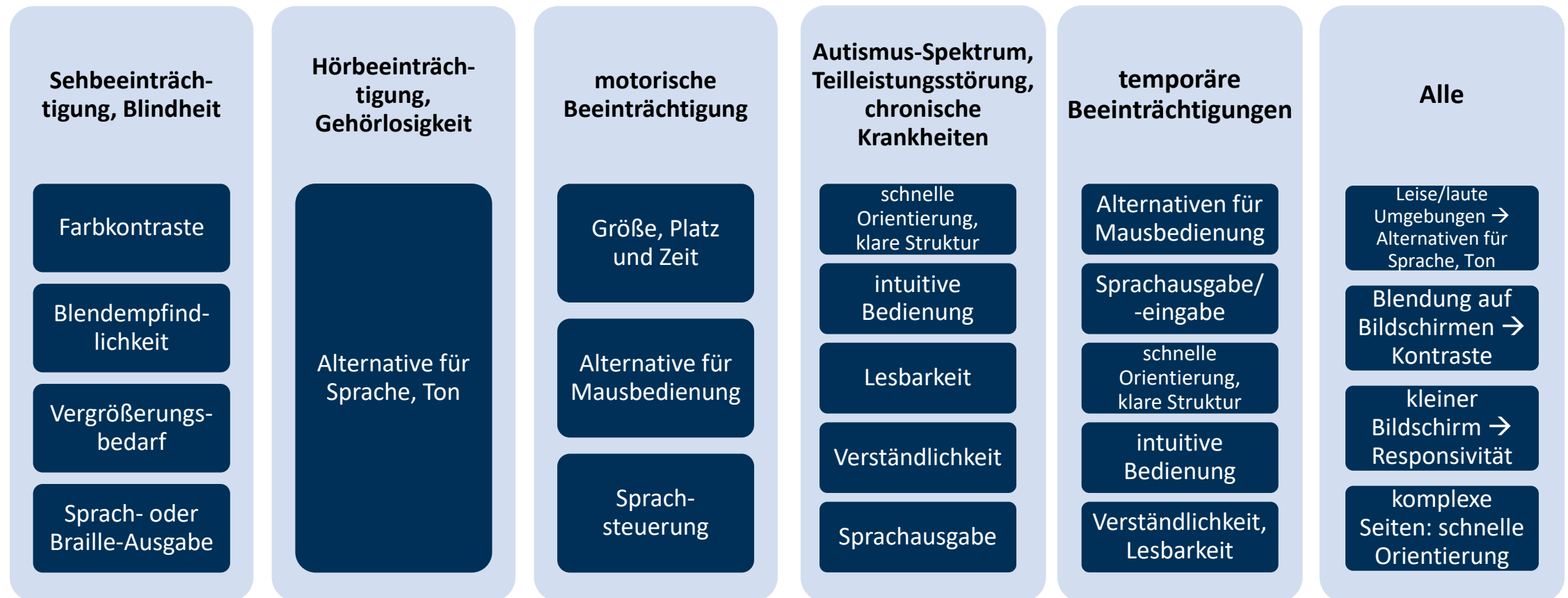
- Menschen mit Seh- oder Hörbeeinträchtigungen
- Menschen mit motorischen Einschränkungen
- Menschen mit Lernschwierigkeiten
- ältere Personen
- Menschen, die mobile Endgeräte nutzen

Barrierefreiheit ist kein Nischenthema:

- Sie verbessert die Usability, also Nutzerfreundlichkeit, für alle (klare Sprache, gute Struktur, verständliche Navigation).
- Sie unterstützt Suchmaschinenoptimierung (SEO).
- Sie erhöht die Reichweite und Auffindbarkeit von Inhalten.
- Sie hilft, rechtliche Anforderungen einzuhalten.

# Zielgruppen barrierefreier (Web-)Inhalte

**Notwendig für viele – ein Gewinn für alle!**





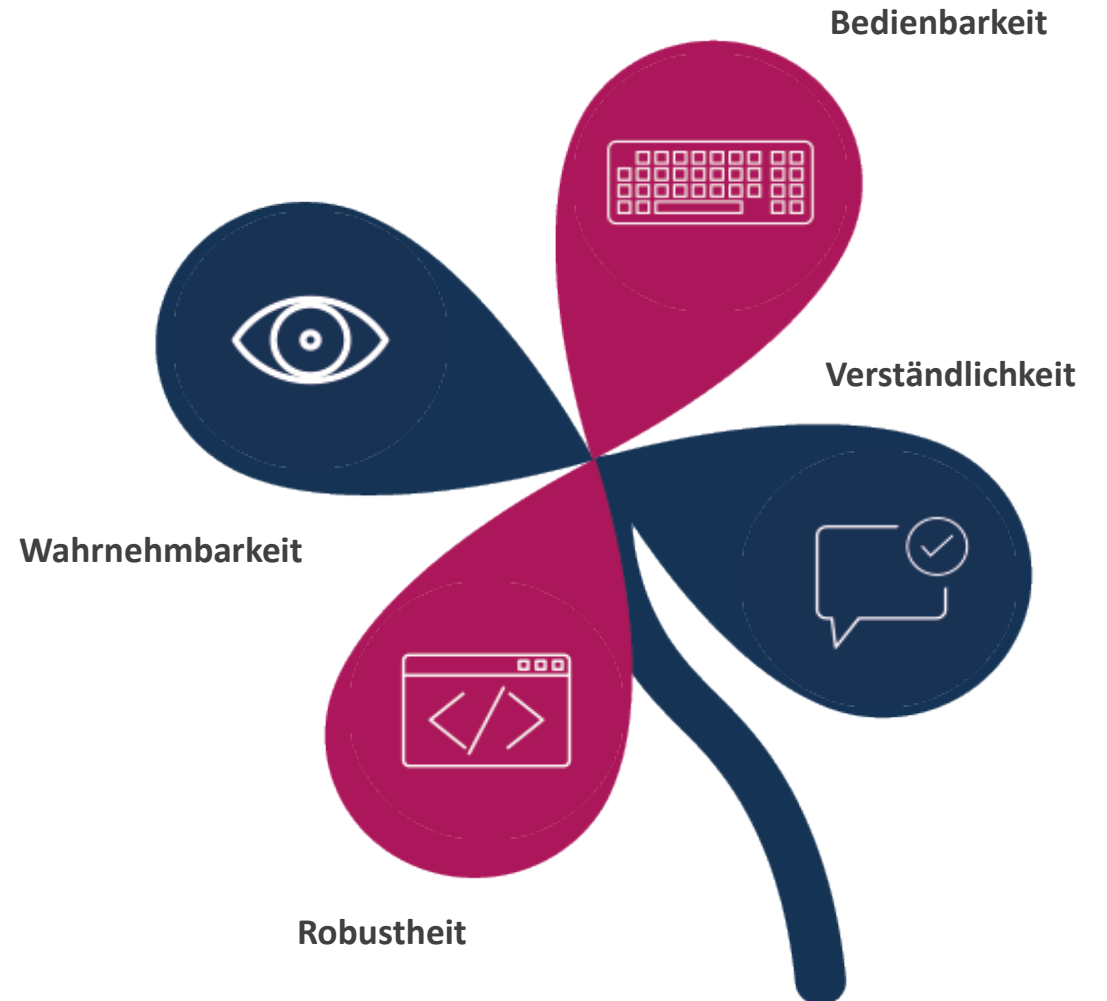
# Praktische Umsetzungstipps für Redakteur\*innen

mit Demos und Anwendungsbeispielen der Spoho

# Barrierefreiheit im Redaktionsalltag

## Barrierefreie Inhalte sind so gestaltet, dass sie:

- **wahrnehmbar** sind  
(z. B. lesbar, hörbar).
- **bedienbar** sind  
(z. B. per Tastatur).
- **verständlich** sind  
(z. B. klare Sprache, logische Struktur).
- **robust** sind  
(z. B. mit Hilfstechnologien wie Screenreadern funktionieren).



# 1. Klare Struktur und Überschriften verwenden

- Nutzen Sie **aussagekräftige Seitentitel**, die Hinweise zum Inhalt liefern (Unterscheidung von Seiten).
- Nutzen Sie Überschriften in einer **logischen Hierarchie** (sollte der inhaltlichen Hierarchie Ihrer Texte entsprechen).
- Zur Kennzeichnung von Überschriften **Formatvorlagen in TYPO3** verwenden.
- Überschriften sollen Inhalte **zusammenfassen**, nicht dekorativ sein.
- Überschriften sind eine **Navigationshilfe** und helfen, Inhalte schneller zu erfassen.

# Umsetzung in TYPO3:

## Logische Überschriftenhierarchie (H1-H5)

- **H1:** ist die **Hauptüberschrift** der Seite = **Seitentitel**
  - beschreibt das zentrale Thema der Seite
  - genau einmal pro Seite
- **H2:** gliedert die Seite in **Hauptabschnitte**
  - jeder Themenblock bekommt eine eigene H2
- **H3-H5:** weitere Seitenabschnitte/Themenblöcke
  - H2-H5: so oft wie nötig; Gliederung nach Inhalt, nicht Optik
  - H3 untergliedert eine H2, H4 untergliedert eine H3 usw.
- Überschriften nicht überspringen (nicht von H2 zu H4, Reihenfolge einhalten); Überschriften nicht wegen der Schriftgröße verwenden
- TYPO3 bietet die Möglichkeit, zwischen „Typ“ (Hierarchie) und „Ansicht als...“ (Optik) zu unterscheiden
- Zwischenüberschriften im Texteditor nutzen

Spoho-Beispiel

## 2. Verständlich schreiben, klar gestalten

- kurze Sätze, klare Aussagen
- Fachbegriffe nur, wenn nötig – ggf. erklären
- aktive statt passive Formulierungen, Verbalstil statt Nominalstil
- mobiles Verhalten und Farbwahrnehmung in der Sprache berücksichtigen (keine Verweise wie „links“, „rechts“, „unten“, „oben“ oder „im roten Kasten“)
- händische Formatierung und Hervorhebungen im Text durch **Fettung** moderat einsetzen [VERSALSCHREIBUNG, *Kursivstellung*, Unterstreichungen vermeiden]
- keine leeren Absätze nutzen, um z. B. Abstände zu erzeugen
- keine Leerzeichen zur Erzeugung horizontaler Abstände nutzen

# Umsetzung in TYPO3:

## Richtig formatieren statt „basteln“

- **Formatvorlagen** im Editor (RTE) in TYPO3 nutzen
- Zitate als Zitat-Elemente (eigenes Card-Element)
- **Hervorhebungen sparsam** und gezielt:
  - „fett“ nur für einzelne Begriffe
  - „kursiv“ sparsam
  - Unterstreichungen ausschließlich für Links (setzt TYPO3 automatisch)
- keine Spiegelstriche als **Auflistung** (echte Listen/Bulletpoints nutzen)
- keine leeren **Absätze** oder Leerzeichen, um vertikale oder waagerechte Abstände zu simulieren

[Spoho-Beispiel](#)

# 3. Aussagekräftige Linktexte einsetzen

- **Linktext** ist der sichtbare, klickbare Text
  - wird von Screenreadern vorgelesen
  - wird in Linklisten angezeigt
- Links sollten **ohne Kontext verständlich** sein
- Linktexte sollten das **Ziel bzw. die Aktion** des Links beschreiben
- **Linktitel** ist ein zusätzlicher Hinweis, der technisch hinterlegt wird; erscheint als Tool-Tipp beim Darüberfahren

**Beispiel:**

# Umsetzung in TYPO3:

## Sinnvolle und sprechende Linktexte

- Textlinks im Fließtext
  - Links nicht im Satz verstecken, besser ans Ende stellen  
(Beispiel: Weitere Informationen finden Sie unter „Studienorganisation“).
  - keine reinen URLs
  - Öffnen neuer Fenster ohne Hinweis vermeiden
- Buttonlink: Call to Action (CtA)
  - Auch Buttons brauchen aussagekräftige Texte; Linkziel klar benennen  
→ Was erwartet mich (Beispiel: jetzt bewerben)?
- Link-Liste
  - TYPO3 ergänzt automatisch Icons für internen, externen Link bzw. Download

[Spoho-Beispiel](#)



# 4. Klare Dateinamen & Alternativtexte nutzen

- Jedes Bild/jede Datei benötigt einen sinnvollen, beschreibenden **Dateinamen**.
- Jedes Bild/jede Datei benötigt einen **Alternativtext (Alt-Text)**, der für die jeweilige Seite relevant ist.
- Der Alt-Text beschreibt die **Information (keine Interpretation)**, nicht das Bild an sich.

Bildmotiv	Schlechter Alt-Text	Guter Alt-Text
Foto: Eine Katze in der Sonne	Katze.jpg / IMG123.jpg	„Graue Katze liegt in der Sonne auf dem Fensterbrett“
Infografik zum CO <sub>2</sub> -Ausstoß	-	„Infografik: CO <sub>2</sub> -Ausstoß im Verkehrssektor 2024 steigt gegenüber Vorjahr“
Symbolbild Zahnräder	Bild von Zahnrädern	„Symbolbild für Teamarbeit oder Prozessoptimierung“

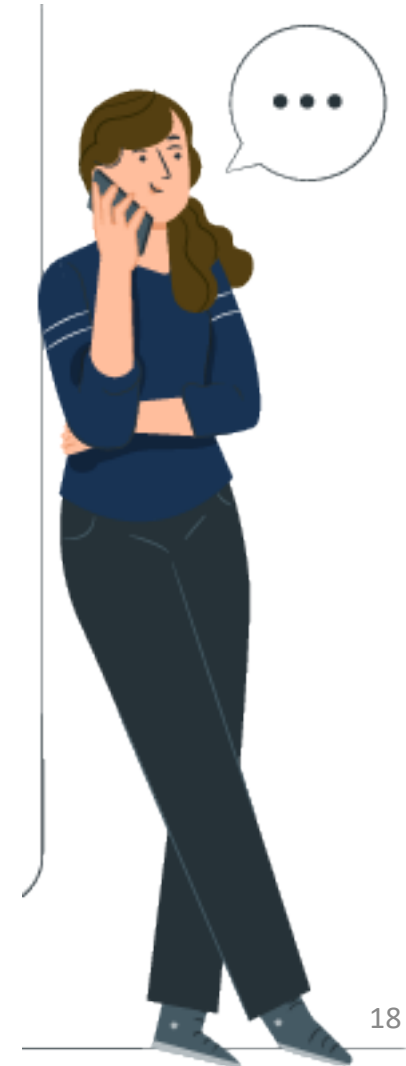
Bildmotiv	Schlechter Dateiname	Guter Dateiname
Bild einer Professorin	IMG123.jpg	prof-dr-meier-portraet.jpg
PDF: Bewerbungsfristen	info.pdf	bewerbungsfristen-wintersemester-2025.pdf
Bild Team in Labor	DSC00087.JPG	team-labor-biochemie-forschungsarbeit.jpg

## Alternativtexte: Was muss beschrieben werden?

- Bildtyp (Foto, Illustration, Diagramm etc.)
- kurze, objektive Beschreibung dessen, was zu sehen ist – ohne Interpretation (das Wichtigste zuerst)
- Text im Bild in Anführungszeichen in den Alternativtext aufnehmen (Copyright / Urheberrechtshinweise in die Bildunterschrift)

## Alternativtexte: Was kann ich sprachlich/stilistisch beachten?

- klare Sprache verwenden
- Stichpunkte ausreichend – Formulierungen wie „im Bild zu sehen“ oder „in der Grafik wird dargestellt“ vermeiden
- sind Personen bekannt, können sie namentlich genannt werden



# Umsetzung in TYPO3: Alternativtexte

- Der Alternativtext ersetzt das Bild; ein unpräziser Alt-Text kann in die Irre führen.
- Kontext ist entscheidend: dasselbe Bild kann unterschiedliche Alt-Texte haben
- Bilder mit Textinhalt: Text im Bild gehört in den Alt-Text
- Dekorative Bilder haben keine inhaltliche Funktion (Alt-Text bleibt leer)
- Alt-Text bei Stimmungsbildern (dekorativ: ja/nein): Würde jemand etwas Wichtiges verpassen, wenn das Bild nicht da wäre?



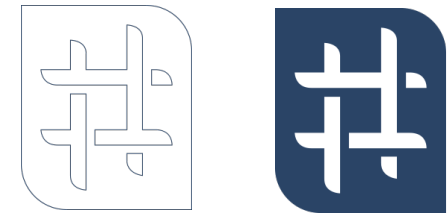
**Stellen Sie sich jetzt ein Bild vor, das diesen Alt-Text besitzt:**

**„Frau in sportlichem Setting“.  
Welches Bild erscheint in  
Ihrem Kopf?**

[Spoho-Beispiel](#)

# 6. Bildgestaltung/Bildauswahl

- erkennbare Motive und eindeutige Bildaussagen
  - Einsatz von Icons/Piktogrammen kann die Kommunikation unterstützen und ggf. textliche Hinweise ersetzen
  - flächige Umsetzungen ggf. leichter erkennbar als solche mit Kontur
- ruhige Hintergründe und deutliche Kontraste
- Bilder und Grafiken mit Alternativtexten versehen



# Exkurs

Worauf achten bei Dokumenten?

# Exkurs: Worauf noch zu achten ist (1/2)

## Dokumente

- Downloads führen Nutzende weg von der Webseite, statt sie in der Seite zu halten  
→ daher möglichst auf den Upload von Dateien verzichten – stattdessen:  
Inhalte direkt als HTML-Webseiten bereitstellen; HTML erspart viel Aufwand, hält Inhalte konsistent und aktuell
- Suchmaschinen bevorzugen Webseiten – PDFs schaden den Rankings
- PDFs sind nicht mobilfreundlich
- keine gescannten PDFs ohne Texterkennung (nicht barrierefrei)

# Exkurs: Worauf noch zu achten ist (2/2)

**Wenn PDFs auf der Seite erforderlich sind, dann nur als barrierefreie Datei mit einbinden:**

- sinnvoller Dateinamen (z. B. „Studienordnung\_BA\_Biologie.pdf“)
- klare Überschriftenstruktur im Dokument (Formatvorlagen)
- Alternativtexte für Bilder
- Tabellen nur für Daten, nicht fürs Layout; strukturiert und verständlich; keine leeren Spalten und Zellen
- keine Informationen nur über Farbe oder Form vermitteln
- ausreichend hohe Kontraste für Texte und Bilder sicherstellen
- Abstände von Abbildungen zum Text berücksichtigen

# Abschlussrunde

Resümee & Fragen



# Wenn Sie an die heutige Veranstaltung denken:

- Was war neu für Sie oder hat Sie überrascht?
- Was war vielleicht unklar und ist jetzt klarer?
- Sind Fragen offen geblieben?

# Weiterführende Infos

Materialien und Veranstaltungshinweise

# Materialien der Spoho

- Spoho-Knowledge Base: <https://support.dshs-koeln.de/kb/de-de/87-redaktionelles/232-barrierefreie-webseiten>
- Daten und Datenhygiene: <https://support.dshs-koeln.de/kb/de-de/86-daten-hygiene>
- Infos im Intranet: <https://intranet.dshs-koeln.de/infos-services/medien-kommunikation-marketing/barrierefreie-kommunikation/?L=0>

# Materialien des Kompetenzzentrums

- [Checkliste "Barrierefreie Webseiten" bei Twillo downloaden](#)
- [Checkliste zu barrierefreien Dokumenten bei Twillo einsehen und dort als Word oder PDF downloaden](#)
- [Checkliste zu barrierefreien Präsentationen bei Twillo einsehen und dort als Word oder PDF downloaden](#)
- [Checkliste zu barrierefreien PDFs bei Twillo einsehen und dort als Word oder PDF downloaden](#) [Für die Anwendung ist das Programm Adobe Acrobat Pro Voraussetzung.]

# Workshops des Kompetenzzentrums (1/2)

- **24.02. (Di), 9-16 Uhr**  
Einführung in die digitale Barrierefreiheit ([Anmeldung über die HÜF](#))
- **14.04. (Di), 9-14 Uhr & 27.04. (Mo), 9-11 Uhr**  
Barrierefreie Dokumente erstellen ([Anmeldung über die HÜF](#), zweiteilig)
- **05.05. (Di), 9-13 Uhr**  
Barrierefreiheit im Web für Redakteur\*innen
- **19.05. (Di), 9-16 Uhr**  
Barrierefreie Internetseiten ([Anmeldung über die HÜF](#))

# Workshops des Kompetenzzentrums (2/2)

## Neue Kurzworkshop-Reihe „Web für alle“

- **21.04. (Di), 10-11.30 Uhr**  
Diversitätssensible Bildgestaltung, mit Anna Spindelndreier
- **12.05. (Di), 10-11.30 Uhr**  
Leichte Sprache umsetzen – aber wie?, mit Dr. Isabel Rink
- **02.06. (Di), 10-11.30 Uhr**  
Einsatz von KI in der barrierefreien Online-Redaktion, mit Sabrina Januzik
- **18.06. (Do), 10-11.30 Uhr**  
Barrierefreiheit prüfen mit dem Screenreader NVDA, mit Rose Jokic

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**Sabrina Januzik** |

Kompetenzzentrum  
digitale Barrierefreiheit

[sabrina.januzik@tu-dortmund.de](mailto:sabrina.januzik@tu-dortmund.de)

<https://barrierefreiheit.dh.nrw/>



**Julia Neuburg** |

Webteam der DSHS  
Köln

[web@dshs-koeln.de](mailto:web@dshs-koeln.de)

<https://intranet.dshs-koeln.de/relaunch>