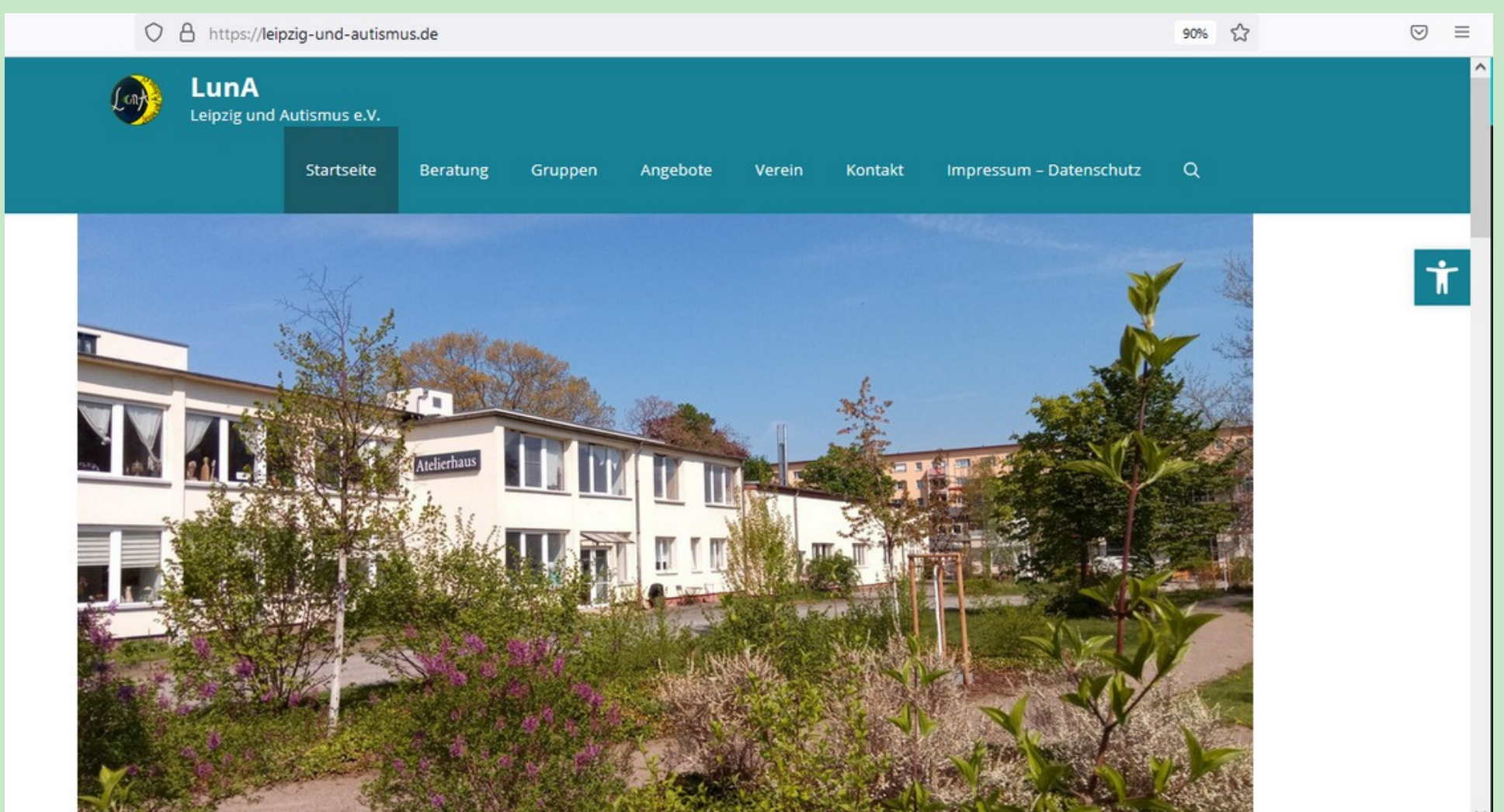




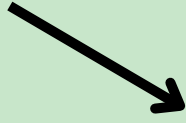
BEISPIEL FÜR DIE SCHAFFUNG EINER INKLUSIVEN SOCIAL-MEDIA-PRÄSENZ

In Beispiel 1 geht es um das "PR-Herzstück" einer jeden Organisation: die Website. Wir wollen einen Blick auf die der NGO LunA - Leipzig und Autismus e.V. werfen und zeigen, wie ein sinnesfreundlicher Online-Auftritt aussehen kann. Ein solches Design ist wichtig für Menschen, die leicht überfordert sind, wenn sie mit vielen Informationen auf einmal konfrontiert werden, oder für Menschen, die eine eingeschränkte kognitive Aufnahmefähigkeit haben (z.B. Menschen mit Demenz). Für sie ist es entscheidend, dass die benötigten Informationen schnell gefunden werden können. Aber mal ehrlich: Wer schätzt nicht eine Homepage, auf der man schnell die gewünschten Informationen findet?



Wenn Sie die LunA-Website besuchen, werden Sie von einem Bild des Gebäudes und einem Menü begrüßt, über das Sie alle Informationen finden. Auch das Design ist sehr einfach und sensorisch ansprechend. Es gibt blaue Schattierungen auf weißem Hintergrund. Schauen wir mal, was passiert, wenn wir auf "Angebote" klicken:

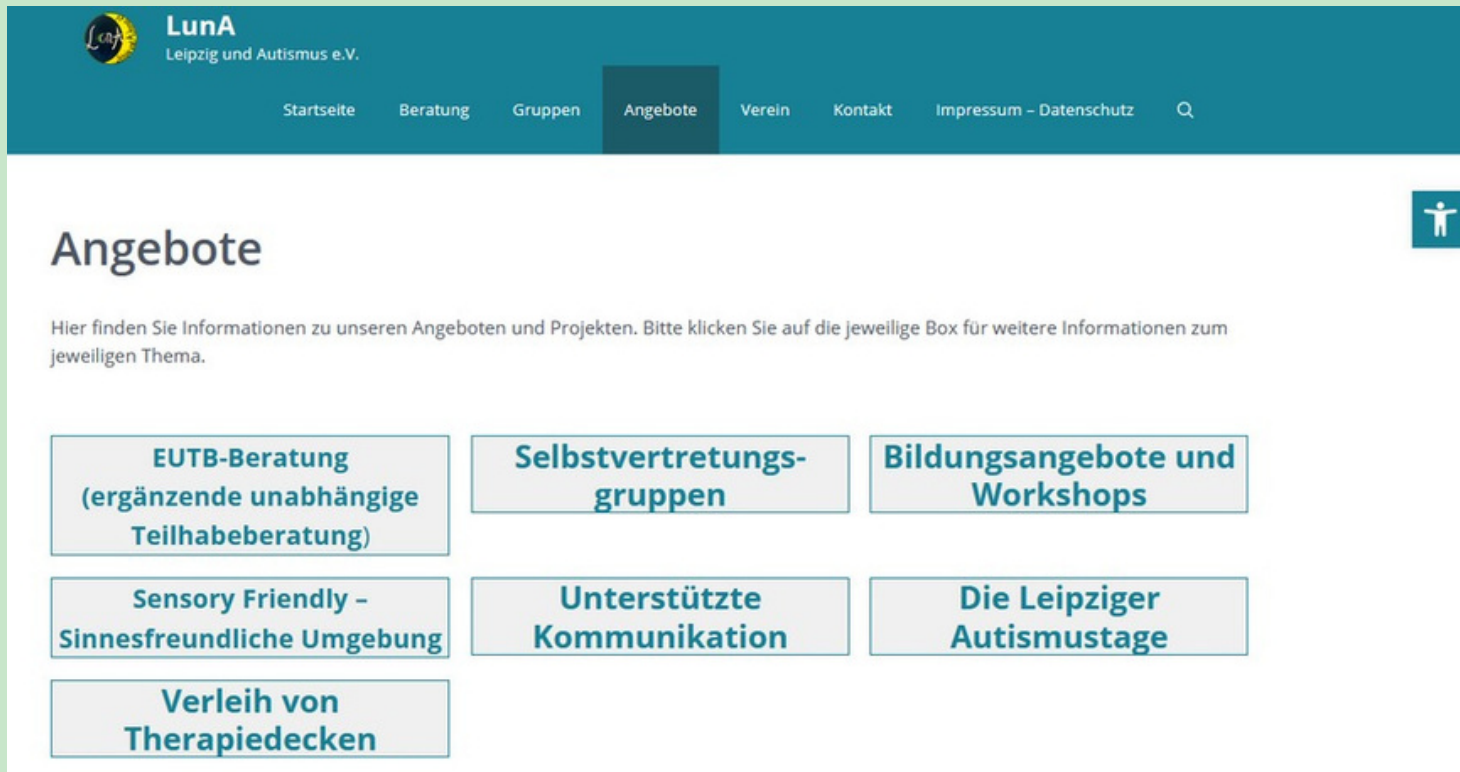
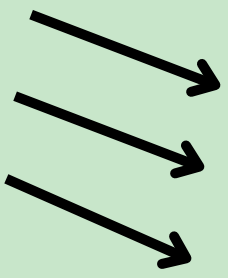
1



2



3



1

Das Design, das Farbthema und der Aufbau ändern sich nicht.

2

Auch die Option "Barrierefreiheit" finden Sie auf jeder Seite sofort. Wäre sie durch viele Bilder oder Text "versteckt", könnten sehbehinderte Menschen sie möglicherweise nicht finden und nutzen.

3

Alle angebotenen Dienste werden übersichtlich dargestellt. Wenn Sie auf eine davon klicken, erscheinen weitere Informationen (aber immer noch kurz und knapp) in einem neuen Browser-Tab. Das sieht dann so aus - das Design ist einheitlich und die Informationen präzise: Worum geht es bei dem Angebot (in unserem Fall: sensorisch freundliche Umgebung)? Wen können Sie dazu kontaktieren?

