

# Leitfaden und Handlungsempfehlungen für barrierefreies Posten auf Social Media



## Richtlinien für barrierefreies Posten

Über die offiziellen Social-Media-Kanäle tritt die Universität Bonn in den Dialog mit verschiedenen Zielgruppen. Damit alle Menschen diese Informationen gleichermaßen erhalten und nutzen können, sollten Social-Media Posts barrierefrei gestaltet werden.

Hierbei gibt es einige wichtige Aspekte und konkrete Maßnahmen, die beachtet werden sollten.

Wir, von der Abteilung Online-Kommunikation, bieten einen Leitfaden für ein inklusiveres und vielfältiges Posten auf Social Media. Dieser soll helfen barrierefreier aufzutreten, um den Zugang und die Nutzung für alle Menschen zu erleichtern. Der Leitfaden richtet sich speziell an Redakteur\*innen der Universität Bonn, die im Social Media Bereich arbeiten.

## Zum Leitfaden

Dieser Leitfaden soll eine erste Handreichung sein, um Inklusion und Zugänglichkeit auf Social Media zu fördern. Er bietet erste Schritte und gibt nützliche Tipps, um Posts für Social Media möglichst barrierefrei zu gestalten. Dieser Leitfaden deckt aber nicht alle spezifischen Bedürfnisse und Möglichkeiten ab, die zur vollständigen Barrierefreiheit beitragen können. Die Handlungsempfehlungen entsprechen den grundlegenden Anforderungen der wichtigsten Social-Media-Kanäle und sollen wertvolle Impulse geben.

Es ist wichtig, offen für Verbesserungen zu sein und sich als Verantwortliche\*r weiterzubilden, um sicherzustellen, dass die Inhalte den neuesten Standards in Bezug auf Barrierefreiheit entsprechen. Wir bitten daher alle Nutzenden des Leitfadens, uns direkt anzusprechen und Ergänzungen oder Verbesserungsvorschläge einzubringen.

# Warum barrierefrei Posten?

- 1. Inklusion und Teilhabe:** Barrierefreies Posten ermöglicht, dass alle Menschen gleichberechtigt an digitaler Kommunikation teilhaben und sich selbstbestimmt informieren können.
- 2. Erweiterte Reichweite:** Barrierefreie Inhalte erreichen ein breiteres Publikum:
  - Menschen mit Behinderungen
  - Menschen mit chronischen sowie psychischen Erkrankungen
  - Personen, die altersbezogene, temporäre oder situative Begrenzungen erfahren.
- 3. Verbesserte Benutzerfreundlichkeit:** Alle Menschen profitieren von klaren, gut strukturierten und leicht verständlichen Inhalten.

## Warum barrierefrei Posten?

- 4. Rechtliche Anforderungen:** In vielen Ländern gibt es gesetzliche Vorgaben zur Barrierefreiheit, die auch für digitale Inhalte gelten. Die UN-Behindertenkonvention wurde mittlerweile von 186 UN-Staaten ratifiziert (siehe auch Folie 19).
- 5. Suchmaschinenoptimierung (SEO):** Barrierefreie Inhalte werden von Suchmaschinen besser indexiert und können zu einer höheren Sichtbarkeit führen.

## Wichtige Aspekte

1. **Barrierefreiheit:** Alle Inhalte sollen barrierefrei gestaltet sein. Das bedeutet unter anderem, dass Bilder mit Alternativtexten (ALT-Text) versehen werden, Videos möglichst Untertitel und Transkripte erhalten.
2. **Vielfalt in Postings:** Sicherstellen, dass Social Media Beiträge durch die Verwendung von inklusiver und diskriminierungssensibler (Bild-)Sprache die Vielfalt der Universitätsgemeinschaft widerspiegeln, einschließlich Menschen mit Behinderungen oder chronischer Erkrankung.
3. **Feedback:** Benutzer-Feedback von Menschen mit Behinderungen einholen oder Online-Tools einsetzen, um Inhalte kontinuierlich zu verbessern.

# Konkrete Maßnahmen

- 1. Alt-Text für Bilder/Grafiken:** Ein Alternativtext, auch "Alt-Text" genannt, beschreibt den Inhalt oder die Funktion visueller Darstellungen oder Bilder. Dadurch bekommen blinde und sehbehinderte Menschen<sup>1</sup> die Möglichkeit, sich Bildinformationen von einem Screenreader (Sprachausgabe-Software) vorlesen zu lassen. Sie erhalten so die Informationen, die zum Verständnis des Bildes im Kontext nötig sind. Ein guter Alternativtext beschreibt klar und präzise den Inhalt eines Bildes ohne überflüssige Details. Er sollte relevante Informationen enthalten und den Kontext berücksichtigen, in dem das Bild verwendet wird.

Hilfreich: [Leitfaden zum Schreiben von Alternativtexten](#), [Erstellung textbasierter Alternativen für Grafiken](#)

<sup>1</sup> Die politisch korrekte Ansprache kann nach Kontext und Vorlieben der betroffenen Personen variieren. Wir nutzen beide Formulierungen: Menschen mit Blindheit und Sehbehinderung oder blinde und sehbehinderte Menschen sowie hörbehinderte und gehörlose Menschen oder Menschen mit Hörbehinderung und Gehörlose.

## Konkrete Maßnahmen

2. Weitere **Regeln für Alternativtexte**: Bildtyp angeben (Foto, Illustration, Diagramm etc.), kurze, objektive Beschreibung dessen, was zu sehen ist, Fachbegriffe nennen, Formulierungen wie „im Bild zu sehen“ oder „in der Grafik wird dargestellt“ vermeiden, Copyright-Vermerk (wenn vorhanden) gehört nicht in den Alt-Text, sondern in die Bildunterschrift, Text aus der Abbildung übernehmen und diesen in Anführungszeichen setzen. Checkliste für Alternativtexte
3. **Einfache Sprache**: Verwendung einer einfachen Sprache, die niemanden ausschließt, diskriminiert oder stigmatisiert. Nutzung genderneutraler Formulierungen wie „Studierende“. Wenn notwendig, Verwendung des Gendersternchen. Vermeidung von Fachjargon und komplizierte Sätze. Besser kurze und prägnante Sätze, um Verständlichkeit zu erhöhen. Tipp: Regeln für einfache Sprache

## Konkrete Maßnahmen

4. **Interaktive Elemente zugänglich machen**: Barrierefreie Links und Buttons sollen gut sichtbar, klar und leicht anklickbar sein. Beschreibende Linktexte wie „Informationen zum Workshop Zweifel am Studium“ statt nur „Weitere Infos“ verwenden.
5. **Inklusive Hashtags**: Verwendung von **Camel Cases** (das erste Wort schreibt man in Kleinbuchstaben, jedes nachfolgende Wort am Anfang mit einem Großbuchstaben) z.B. #zweifelAmStudium oder **Pascal Cases** (jedes neue Wort wird am Anfang mit einem Großbuchstaben geschrieben), z.B. #ZweifelAmStudium, um diese leicht zu lesen und zu verstehen. Empfehlung: Vermeidung von zu vielen Hashtags, um die Lesbarkeit zu verbessern. (Wenn möglich) Hashtags am Ende des Beitrags einfügen, damit sie den Lesefluss nicht stören.

## Konkrete Maßnahmen

- 6. Emojis und Sonderzeichen:** Emojis sparsam nutzen und darauf achten, dass sie den Text nicht unverständlich machen. Tipp: Emojis am Anfang oder Ende eines Beitrags setzen. Wenn sie mitten im Text stehen, können sie den Text unverständlich machen, da Screenreader Emojis beschreibend vorlesen.
- 7. Kontraste:** Auf ausreichende Kontraste zwischen Text und Hintergrund achten, Vermeiden von Farbkombinationen wie Rot/Grün, Blau/Lila und Grün/Schwarz.  
Möglichkeit Erstellung einer barrierefreien Farbpalette (Verwendung von Farben, die einen hohen Kontrast bieten). Weitere Tools : Colour Contrast Analyser (CCA), barrierefreie Farbkombinationen generieren, leserlich.info – Schritte zu einem inklusiven Kommunikationsdesign.
- 8. Bedienbarkeit:** Man sollte auf Inhalte verzichten, die epileptische Anfälle auslösen können. Dazu zählen u.a. flackernde Farben, blinkende Elemente sowie schnelle Animationen und Bewegungen.

## Konkrete Maßnahmen

8. **Untertitel und Transkripte**: Wenn möglich, Untertitel in Videos einbinden sowie Transkriptionen (schriftliche Version des gesprochenen Inhalts) für Video- und Audioinhalte zur Verfügung stellen. Auf ausreichend Kontrast der Schriftfarbe zum Hintergrund achten, Untertitel mit maximal zwei Zeilen pro Sequenz und min. 7 Sekunden Verweildauer. Untertitel sind primär dazu gedacht, Menschen mit einer Hörbehinderung und Gehörlosen zu helfen, indem sie den gesprochenen Text und relevante Geräusche eines Videos ergänzend in Textform bereitstellen.
  
9. **Audiodeskription** (falls möglich): Visuelle Elemente eines Videos oder Films werden verbal beschrieben, um Menschen mit Blindheit oder Sehbehinderung zu ermöglichen, das visuelle Geschehen zu verstehen. Es umfasst die Beschreibung visueller Elemente eines Videos durch die auditive Erklärung von Handlung, Gesten, Personen, um einen vollständigen Eindruck des Inhalts zu vermitteln.

# Technische Möglichkeiten direkt auf Social Media

Instagram, Facebook, LinkedIn, X und YouTube bieten eigene Funktionen, um Inhalte relativ schnell barrierefrei zu gestalten.

- Facebook und Instagram stellen eine ausführliche Beschreibung zum Thema Barrierefreiheit zur Verfügung.
- LinkedIn arbeitet derzeit daran, Barrierefreiheit und ein integratives Design in seine Grundprinzipien aufzunehmen.
- X: Im Hilfecenter bietet X eine Dokumentation zur Barrierefreiheit an.
- YouTube: Es gibt keine offizielle Dokumentation. Tipp: Barrierefreiheit von YouTube.

# Instagram

- 1. Bildbeschreibung:** Alt-Text zu Bildern hinzufügen, indem man auf Instagram die erweiterte Bildbeschreibung —> Barrierefreiheit öffnet. Dies ermöglicht Screenreadern, den Bildinhalte vorzulesen. Diese Funktionen sind besonders hilfreich für blinde und sehbehinderte Menschen. **Hinweis:** Copyright-Hinweise gehören nicht in den Alt-Text, sondern in die Bildunterschrift. Für Videos, Reels, Storys gibt es keine Alt-Text Funktion.
- 2. Untertitel für Reels/Videos:** Verwendung von Untertitel für Video-Inhalte, um diese zugänglicher zu machen. Automatische Untertitel: Instagram bietet eine Funktion, mit der automatische Untertitel für Storys und Reels erstellt werden können. Um diese Funktion zu aktivieren, zu Profileinstellungen gehen, "Konto" wählen und dann "Untertitel,, Aktiviere die Option "Automatisch erstellte Untertitel". **Hinweis:** Da automatisch erstellte Untertitel nicht immer sehr genau sind und fehlerhafte Texte enthalten können, sollte immer kontrolliert und nachgearbeitet werden, um die Genauigkeit zu verbessern.

# Instagram

- 2. Eingebrennte Untertitel**, auch "Hardcoded" oder "Burned-in" Untertitel genannt, werden direkt ins Video eingebettet und können von Screenreadern nicht vorgelesen werden. Screenreader können nur "weiche" (Soft)-Untertitel oder separate Textdateien lesen, die neben dem Video existieren. Wenn man barrierefreie Videos erstellen möchte, sollte man darauf achten, dass Untertiteldateien wie .srt genutzt werden, die von Screenreadern erkannt und vorgelesen werden können. Dies stellt sicher, dass die Inhalte auch für Menschen mit Blindheit und Sehbehinderung<sup>1</sup> zugänglich sind.
- 3. Manuelle Untertitel in Stories:** Caption-Sticker im Story-Editor verwenden. Sticker auswählen, Text einfügen und im Video positionieren.
- 4. Audiodeskription:** Über Button „Musik“ kann ein Voice Over aufgenommen werden. Für blinde und sehbehinderte Menschen sind Audiodeskriptionen besonders nützlich.

# Facebook

1. **Bildbeschreibung**: Alt-Text zu Bildern hinzufügen, indem man die integrierte Funktion zur Bildbeschreibung nutzt. Auf das kleine Symbol mit den drei Punkten (...) unten rechts im Bild klicken. Option "Alt-Text bearbeiten" oder "Alt-Text hinzufügen" auswählen.
2. **Untertitel für Videos**: Videos mit eingebetteten Untertiteln hochladen oder die **automatische Untertitelungsfunktion** nutzen.
3. **Audiodeskription**: Nach Hochladen eines Reels, gibt es die Möglichkeit über Button „Musik“ ein Voice Over aufzunehmen.

# YouTube

1. **Untertitel**: YouTube bietet die Möglichkeit, Untertitel für Videos automatisch erstellen zu lassen. Option "Automatisch synchronisieren" auswählen. Automatisch Untertitel werden basierend auf der Spracherkennung erstellt. Nachdem die automatischen Untertitel erstellt wurden, kann man diese überprüfen und bei Bedarf bearbeiten.
2. **Transkripte**: Man kann Transkripte für Videos hochladen, die dann synchronisiert werden. Videobeschreibung nutzen, um wichtige Informationen und Links bereitzustellen.

1. **Bildbeschreibung**: Alt-Text zu Bildern hinzufügen, indem man die Option zum Hinzufügen von Bildbeschreibungen in den Einstellungen aktiviert.
2. **Kurze und prägnante Tweets**: Tweets kurz und verständlich halten, Abkürzungen und Fachjargon vermeiden.
3. **Hashtags**: CamelCase oder PascalCase für Hashtags nutzen, um Lesbarkeit zu erhöhen.

# LinkedIn

1. **Bildbeschreibung**: Alt-Text zu Bildern hinzufügen. Funktion zum Hinzufügen von Bildbeschreibungen nutzen, indem man die erweiterten Einstellungen bei der Bildunterschrift nutzt. Auf das kleine Symbol mit den drei Punkten (⋮) unten rechts im Bild klicken. Option "Alt-Text bearbeiten" oder "Alt-Text hinzufügen" auswählen. Hinweis: LinkedIn kann automatische Alt-Texte bei Fotos einfügen. **Wichtig**: den automatisch generierten Alt-Text überprüfen und gegebenenfalls anpassen, da die automatischen Beschreibungen nicht immer vollständig oder korrekt sind.

# Gesetzliche Grundlagen

Die **gesetzlichen Grundlagen** für barrierefreies Posten in Deutschland umfassen mehrere wichtige Gesetze und Verordnungen:

- **Behindertengleichstellungsgesetz (BGG)**: Dieses Gesetz stellt sicher, dass Menschen mit Behinderungen gleiche Rechte und Chancen in allen Lebensbereichen haben. Es umfasst auch Vorgaben zur Barrierefreiheit.
- **Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV 2.0)**: Diese Verordnung basiert auf den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) und stellt sicher, dass Webseiten und mobile Anwendungen öffentlicher Stellen barrierefrei sind.
- **Europäische Richtlinie 2016/2102**: Diese Richtlinie regelt den barrierefreien Zugang zu Webseiten und mobilen Anwendungen öffentlicher Stellen in der EU.
- **Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)**: Ab Mitte 2025 gilt eine gesetzliche Pflicht zur Barrierefreiheit für Websites und Apps, basierend auf dem European Accessibility Act (EAA).
- NRW-Hochschulen sind nach **§2 Inklusionsgrundgesetz Nordrhein-Westfalen (IGG NRW)** als Träger öffentlicher Belange dazu verpflichtet, alle Angebote der Informationstechnik barrierefrei zu gestalten. Dazu zählen auch ihre Internetauftritte.

Diese Gesetze und Verordnungen gewährleisten, dass barrierefreie Inhalte in Deutschland umgesetzt werden und alle Menschen, unabhängig von ihren Fähigkeiten, Zugang zu Informationen und Dienstleistungen haben.

## Autorin:

Litsa Keranidou, M.A.  
Dezernat Hochschulkommunikation  
Abteilung Online/Social Media  
0228/73-5979  
[keranidou@uni-bonn.de](mailto:keranidou@uni-bonn.de)

Der Leitfaden ist in Kooperation mit Nina Odenius und Helle Deertz im Projekt „Inklusions-Guides“ des Hildegardis-Vereins entstanden und in Zusammenarbeit mit der Stabsstelle Chancengerechtigkeit und Diversität.