

## Transkription Video: Online-Handel

### Szene 1: Vorstellung der Personen

Treffen wir unsere Freunde wieder: Léa, Jean, Charly, Antonin und Ana. Sie alle sind gerade dabei, online einzukaufen. Léa klappt ihren Laptop auf, Jean loggt sich über sein Tablet ein, während Antonin sein Smartphone benutzt. Charly und Ana sitzen vor ihren Computerbildschirmen. Die Kulisse ist ihr Wohnzimmer, alle haben es sich bequem gemacht und sind bereit zum Einkaufen.

### Szene 2: Antonin im Rollstuhl

Antonin loggt sich auf einer Online-Supermarkt-Website ein, stößt jedoch auf eine erste Schwierigkeit. Beim Surfen auf der Website sind die Menüs und Schaltflächen zu klein und schwer zugänglich. Antonin versucht zu zoomen, aber die Zoomfunktion reagiert nicht richtig.

Die Website verfügt über eine Barrierefreiheitsfunktion, mit der der Text vergrößert und die Anzeige auf eine geeignete Größe angepasst werden kann. Ein Sprachassistent führt ihn außerdem durch seine Auswahl und nennt jede Option, während er mit der Maus über die Elemente auf dem Bildschirm fährt. Antonin lächelt, froh darüber, endlich selbstständig einkaufen zu können.

### Szene 3: Charly, kognitive Störungen und Legasthenie

Charly loggt sich in sein Konto ein und beginnt, die Produkte zu durchsuchen. Die Artikelbeschreibungen sind jedoch lang und komplex und enthalten unnötige Informationen, die ihm die Aufgabe erschweren. Die Menüs sind voller Fachbegriffe und die Bilder bewegen sich ständig, was die Navigation verwirrend macht. Charly wirkt frustriert.

Die Website bietet eine vereinfachte Version der Seite mit klaren Symbolen, kurzen Beschreibungen und an seine Bedürfnisse angepassten Schriftarten. Die scrollenden Bilder werden entfernt und die Informationen werden strukturierter dargestellt. Charly kann nun ohne Verwirrung Artikel in seinen Warenkorb legen.

### Szene 4: Lea, blind

Léa ist bereit, online einzukaufen, stößt jedoch auf ein großes Hindernis: Die Website verwendet Produktbilder ohne Alternativtext. Da sie blind ist und einen Bildschirmleser verwendet, kann dieser ihr keine Informationen zu den Bildern liefern. Léa sieht sich also mit Symbolen und Produktbildern konfrontiert, die für sie unverständlich sind.

Die Website verbessert ihre Barrierefreiheit, indem sie jedem Bild einen Alternativtext hinzufügt. Wenn Léa nun mit dem Mauszeiger über ein Bild fährt, liest ihr Screenreader ihr die relevanten Informationen vor: „Granny-Smith-Äpfel, 1 kg“, „Bio-Nudeln, 500 g“. So kann sie jedes Produkt anhand der Textbeschreibungen identifizieren, die nun zu den Bildern hinzugefügt wurden. Léa kann nun problemlos auf der Website navigieren, Artikel in ihren Warenkorb legen und ihre Bestellung sicher abschließen.

### Szene 5: Jean, Senior

Jean loggt sich ein, um einzukaufen, stößt jedoch beim Überprüfen seines Warenkorbs auf ein Problem. Der Kontrast zwischen Text und Hintergrund ist nicht stark genug, sodass er den Text nicht erkennen kann. Er ist frustriert und verliert langsam die Geduld.

Die Website bietet eine Funktion zur Kontrasteinstellung, die mit einem Klick zugänglich ist. Jean aktiviert den Modus „Hohe Sichtbarkeit“ und kann nun die Details seines Warenkorbs klar lesen. Er überprüft seine Artikel, bevor er zur Kasse geht.

#### Szene 6: Ana, hörgeschädigt

Ana kauft online ein und möchte sich ein Produktvideo ansehen, stellt jedoch fest, dass das Video weder Untertitel noch eine Transkription bietet. Sie kann den Ton nicht hören und ist verwirrt, dass keine barrierefreien Informationen verfügbar sind.

Die Website implementiert Untertitel für alle Videos und bietet vollständige Transkripte der Audioinhalte. Ana kann sich nun das Video mit Untertiteln ansehen und alle notwendigen Informationen erhalten, ohne auf den Ton angewiesen zu sein.