

# Design für alle

Beseitigung von systemischen Barrieren am Beispiel  
einer gerechten Präsentationskultur im Museum

Sandra Caspers



DIPLOMA HOCHSCHULE  
Private Fachhochschule Nordhessen  
Creative Direction – Führung im Kontext kreativer Prozesse (M. A.)

# Design für alle

**Beseitigung von systemischen Barrieren am Beispiel  
einer gerechten Präsentationskultur im Museum**

**Sandra Caspers**

Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades Master of Arts (M. A.)  
Vorgelegt von Sandra Caspers – Matrikelnummer 750031 – Studienzentrum Virtuell –  
Bearbeitungszeit 26 Wochen – Abgabe 12.1.2021 – Betreuerin Prof. Martina Wetzel



Thesis als Hörangebot und  
als barrierefreie PDF-Datei:  
[sandra-caspers.de/dfa](https://sandra-caspers.de/dfa)

# Abstract

Fast jeder zehnte Mensch in Deutschland ist schwerbehindert. Und obwohl Kultureinrichtungen immer mehr inklusive Präsentationsformate entwickeln, scheint die Zielgruppe dort kaum präsent zu sein. Denn nur etwa 10 % der deutschen Gesamtbevölkerung gelten als »verlässlicher Kern der Vielnutzer:innen« von Kulturangeboten. Die vorliegende Arbeit widmet sich der Frage nach einer gerechten Präsentationskultur im Museum.

Expert:inneninterviews liefern Erkenntnisse zum aktuellen Stand von Inklusion und Teilhabe. Sie werfen eine zentrale Frage auf: Wo beginnt Willkommenskultur? Die Betrachtung der Prozesse »Universal Design« und »Design für Alle« führt zu einer Neubewertung. Zusammen mit einer Untersuchung zu inklusiver Typografie und der Anwendung einer eigens entwickelten Inklusionsmatrix wird inklusiv gestaltetes Grafikdesign greifbar. Die Thesis schließt mit der beispielhaften Darstellung einer »Verschiebung der Willkommenskultur«.

Almost one in ten people in Germany is severely disabled. And although cultural institutions are developing more and more inclusive presentation formats, this target group hardly seems to be present. Because only 10% of the entire German population are considered to be the »reliable core of frequent users« of cultural offerings. This thesis addresses the question of an equitable exhibition culture in museums.

Interviews with experts provide findings on the current state of inclusion and participation. These insights raise a key question: Where does the welcoming culture begin? The consideration of the processes »Universal Design« and »Design for All« leads to a re-evaluation. Along with an investigation into inclusive typography and the application of a specially developed inclusion matrix, inclusive graphic design becomes tangible. The thesis concludes with an exemplary presentation of a »shift in the welcoming culture«.

---

0 Einleitung	8
0.1 Methodik	10
0.1.1 Methodische Mittel	10
0.1.2 Methodisches Vorgehen	10
0.2 Hinweise zur Thesis	11

# Begriffsklärung und Recherche

---

## 1 Gesellschaft, Geschichte, Politik

1.1 ›Alle‹ heißt ›Menschsein‹ _____	13
1.2 Behindert – ein Blick zurück _____	14
1.3 Gleichbehandlung in der deutschen Verfassung ____	15
1.3.1 Gesetz über die Gleichberechtigung von Mann und Frau (GleichberG) _____	16
1.3.2 Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG) ____	16
1.3.3 Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) _____	16
1.3.4 UN-Behindertenrechtskonvention und Bundesteilhabegesetz (BTHG) _____	16
1.4 Inklusion _____	18
1.5 Diversität _____	19
1.6 Barriere – Zugang – Systemische Barriere _____	20
1.7 Barrierefreiheit _____	22
1.8 Zwischenfazit _____	23

## 2 Design für eine heterogene Gesellschaft

2.1 Universal and inclusive _____	25
2.2 Zugänglich und barrierefrei _____	26
2.3 Design für Alle (DfA) _____	27
2.3.1 Skandinavisches Design _____	28

2.3.2 Ergonomie und ergonomisches Design _____	28
2.3.3 Demografischer Wandel und altersgerechtes Design _____	29
2.3.4 Ziele des DfA _____	30
2.3.5 Entwicklungskriterien des DfA _____	31
2.4 Zwischenfazit _____	32
2.4.1 Universell, inklusiv, für alle – ein Verwirrspiel ____	32
2.4.2 Zeit für eine Neuausrichtung? _____	33
2.4.3 Grenzen inklusiver Gestaltungsprozesse _____	34

## 3 Museumskultur

3.1 Einordnung _____	36
3.2 Vermittlung im Museum _____	38
3.3 Kultur für alle _____	40
3.4 Zwischenfazit _____	41

## 4 Expert:inneninterviews

4.1 Michael Komorek: Barrieren und Zugänge _____	42
4.2 Jana Höftmann-Leben: Sprache und Gestaltung _____	45
4.3 Zwischenfazit _____	50

# Designhorizont erweitern

---

## 5 Typografie

5.1 DIN 1450 Schriften – Leserlichkeit _____	54
5.2 Untersuchung des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes (DBSV) _____	54
5.2.1 Erkennbarkeit _____	55
5.2.2 Offenheit _____	56
5.2.3 Strichstärkenkontrast _____	57
5.2.4 Unterscheidbarkeit von Zeichen _____	58
5.2.5 Unterscheidbarkeit von Schreibweisen _____	59
5.2.6 Schriftgröße _____	60

## 6 Layout

6.1 Kontraste _____	62
6.2 Rot-Grün-Schwäche _____	63
6.3 Flächen und Linien _____	64
6.4 Seitenaufteilung _____	64
6.5 Typografische Gestaltungselemente _____	65
6.6 Zwischenfazit _____	66
6.6.1 Farbgestaltung _____	67
6.6.2 Seitengestaltung _____	68
6.6.3 Textgestaltung _____	69

## 7 Textgestaltung

7.1 Zehn Regeln zum Verfassen eines Objekttextes in Ausstellungen _____	70
7.2 Sprachniveaus _____	71
7.3 Struktur _____	72
7.4 Gender-sensible Schreibweise und inklusive Ansprache _____	73

## 8 Herstellung

8.1 Oberflächen _____	74
8.2 Technische Bedienungshilfen _____	75
8.3 Barrierefreie PDF-Dateien _____	75

# Barrieren beseitigen

---

## 9 Eine Museumspräsentation, die viele anspricht

9.1 Handlungsort	80
9.2 Vermittlungsobjekt	81
9.3 Objektpräsentation	84
9.3.1 Objekttext inklusiv verfassen	85
9.3.2 Objekttext inklusiv gestalten	86
9.3.3 Mit intelligenter Folie versteckte Inhalte zugänglich machen	90
9.3.4 Mit neuem Wissen das alte spiegeln	92
9.4 Produkte für die Werkbank	94
9.4.1 Fantasie anregen: Malbogen	94
9.4.2 Motorik fördern: Ausschneidebogen	96
9.4.3 Texte lesen und verstehen: Kartenset	96
9.4.4 Inklusionsmatrix	105
9.5 Zwischenfazit	109

## 10 Verschiebung der Willkommenskultur

10.1 Raus aus dem Museum	112
10.2 Neue Zielgruppen abholen	116
10.2.1 Mit dem Berlkönig	116

10.2.2 Mit einem genussvollen Angebot	117
10.3 Teilhabemöglichkeiten für viele schaffen	118
10.3.1 Geysir-Ausbruch	118
10.3.2 Wissenschaft für alle	118
10.3.3 Führungen von Profis	119
10.4 Zwischenfazit	119

## 11 Kampagne ISLANDIA

11.1 Textelemente	120
11.2 Gestaltungselemente	121
11.3 Kommunikationsmaterialien	122
11.3.1 Werbekarten	122
11.3.2 Gebäudesignalisation	126
11.3.3 Internet und Soziale Medien	128
11.3.4 Pressemitteilung	130
11.3.5 Ausstattungsgegenstände	131
11.4 Realisierung und Zeitplan	133
11.5 Budgetplan	136
11.6 Zusammenschau	138

## 12 Fazit

12.1 Willkommenskultur	142
12.2 Inklusiv gestalten	143
12.3 Entwicklungsprozess	144
12.4 Ausblick	146

Quellenverzeichnis und Anmerkungen	148
Abbildungsverzeichnis	153
Zeichenzahl	158
Eidesstattliche Erklärung	159

# 0 Einleitung

In der umfänglichen Teilhabe aller Menschen am kulturellen Leben sieht die Bundesrepublik Deutschland einen grundlegenden Baustein für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Für Menschen, die »bislang wenig oder selten« in Kulturreinrichtungen anzutreffen sind, werden inklusive Kulturprojekte ausdrücklich gefördert<sup>1</sup>. Passen Inklusion und Anspruch an Kultur zusammen?

## Forschungsfrage: Können Bildungsinhalte für eine breite Nutzer:innengruppe attraktiv sein und gleichzeitig speziellen Bedürfnissen kleiner Gruppen gerecht werden?



Thesis als Hörangebot und als barrierefreie PDF-Datei:  
[sandra-caspers.de/dfa](http://sandra-caspers.de/dfa)

Einführend lenkt eine Literaturrecherche den Blick in die jüngere deutsche Geschichte und zeichnet den Weg von einer weitgehend homogenen zu einer immer heterogeneren und offeneren Gesellschaft nach. Menschen mit Behinderungen haben diesen Prozess besonders geprägt und waren Impulsgeber für inklusive Gestaltungsansätze. Eine in den 1970er Jahren in den USA aufkeimende Idee vom inklusiven Design wurde zur Grundlage unterschiedlicher Designströmungen. Die Betrachtung, Analyse und Hinzufügung zeitgemäßer Einflussfaktoren mündet im Vorschlag für eine Neubewertung. Interviews mit Expert:innen werfen eine weitere zentrale Frage auf:

## Forschungsfrage: Wo beginnt Willkommenskultur?

Im zweiten Teil werden Untersuchungsergebnisse einer Lesbarkeitsstudie und die Erkenntnisse aus den Interviews der aktuellen Gestaltungspraxis gegenübergestellt. Das Ergebnis wirkt sich maßgeblich auf die Gestaltung der vorliegenden Thesis aus.

Alle Erkenntnisse fließen in eine fiktive Kampagne. Sie stellt exemplarisch dar, wie systemische Barrieren ausgeräumt werden können. Eine eigens entwickelte Inklusionsmatrix hilft bei der Evaluation entwickelter Produkte. Der dritte Teil schließt mit der Visualisierung des Fallbeispiels.

Alternativ zum gedruckten Buch wird die Thesis als Hörangebot und als barrierefreie PDF-Datei im Internet veröffentlicht.

## 0.1 Methodik

### 0.1.1 Methodische Mittel

Eine umfassende **Literaturrecherche** ermöglicht den Einstieg in die Thematik. Dabei macht die **Analyse bestehender Designströmungen** Unschärfen sichtbar und führt zu einem Vorschlag für eine Neubewertung.

Das zentrale methodische Mittel sind **Expert:inneninterviews**. Zunächst wurde mit **Prof. Dr. Michael Komorek** über Teilhabe und Inklusion gesprochen. Er unterrichtet Soziale Arbeit an der Evangelischen Hochschule Berlin und hat dort den einzigen Lehrstuhl für Inklusion in der Bundesrepublik Deutschland inne. Das zweite Gespräch wurde mit **Jana Höftmann-Leben** geführt. Die Kommunikationsexpertin leitet das Büro ›capito‹ für barrierefreie Kommunikation des Berliner Sozialdienstleisters ›die reha e. v.‹.

Die **Auswertung einer Untersuchung** zu inklusiver Typografie – ein zweijähriges Forschungsprojekt unter Führung des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes (DBSV) – beeinflusst die Gestaltung der vorliegenden Arbeit.

### 0.1.2 Methodisches Vorgehen

Die Thesis folgt dem **induktiven Prinzip**. Um sich einer Antwort der zentralen Forschungsfrage zu nähern, erfolgt zunächst eine breite Recherche. Infografiken helfen bei der Einordnung des recherchierten Wissens. Das **qualitative Mittel** der Expert:inneninterviews liefert nicht nur vertieftes Wissen. Es stellt eine weitere Forschungsfrage in den Raum. Die Auseinandersetzung mit beiden Forschungsfragen wird anhand eines konkreten Beispiels dargestellt.

## 0.2 Hinweise zur Thesis

›Design für alle‹ heißt der Titel der vorliegenden Arbeit. ›Design für Alle‹ ist die Schreibweise des in Europa verbreiteten inklusiven Gestaltungsprozesses. Diese Schreibweise wird in der vorliegenden Arbeit im Zusammenhang mit dem Gestaltungsprozess verwendet.

Obwohl die Textgestaltung der vorliegenden Arbeit eine Sprachkompetenz auf dem Niveau C1/C2 des Europäischen Referenzrahmens erfordert, werden möglichst einfache Satzstrukturen und anschauliche Beschreibungen verwendet. Wo möglich, wird das Beschriebene mit Abbildungen erläutert.

Abbildungen wurden, wenn nicht anders angegeben, von der Verfasserin angefertigt.

## Begriffsklärung und Recherche

- 1 Gesellschaft, Geschichte und Politik (Seite 13)
- 2 Design für eine heterogene Gesellschaft (Seite 25)
- 3 Museumskultur (Seite 36)
- 4 Expert:inneninterviews (Seite 42)

# 1 Gesellschaft, Geschichte, Politik

## 1.1 ›Alle‹ heißt ›Menschsein‹

Mit ›alle‹ ist in der vorliegenden Arbeit die menschliche Gesellschaft gemeint. Sie schließt jede Person unabhängig von ihrem Alter, ihrem Geschlecht, ihrer Herkunft oder ihrer persönlichen Besonderheiten ein. Die gesamte menschliche Gesellschaft, das sind nach Angaben der Weltbevölkerungsuhr<sup>2</sup> in dieser Sekunde 7.832.158.647 Menschen (aufgenommen am 20.9.2020 um 13:47 Uhr und 15 Sekunden). Knapp 8 Milliarden, das ist eine enorme Zahl. Es ist keine bearbeitbare Menge, auf die sich fokussieren ließe. Daher soll der Grundgedanke einer Definition von ›alle‹ im Umkehrschluss gesehen werden:

**›Alle‹ bedeutet, dass niemand ausgeschlossen wird.**

Der örtliche Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf der Bundesrepublik Deutschland mit ihrer Hauptstadt Berlin.

## 1.2 Behindert – ein Blick zurück

Bis in das 19. Jahrhundert wurden Menschen mit Behinderungen vor allem im Kontext von Leistung und Produktivität als geringwertig betrachtet. Die ›Krüppel‹ und ›Missgeburten‹ waren ein soziales Problem innerhalb ihrer Familien. Als ›unnütze Kreaturen‹ wurden sie vom öffentlichen Leben ausgeschlossen. Oder sie wurden als ›Schaubjekte‹ der Öffentlichkeit vorgeführt.

Mit der Entstehung des deutschen Sozialstaates und einer aufkommenden – auch durch Kriegsinvalidität bedingten – Sozialethik am Ende des 19. Jahrhunderts ging das Ziel einher, ›Andersartige‹ mit Rehabilitation oder Therapie zu behandeln. Dafür wurden medizinische und pädagogische Konzepte entwickelt, die behinderte und kriegsversehrte Menschen in die Leistungsgesellschaft einzugliedern versuchten.

Noch bis in die 1970er Jahre wurden Behinderungen als Leistungsdefizit verstanden und Normalisierung durch Rehabilitation angestrebt. Das schicksalhaft bestimmte Leid sollte durch eigene Erwerbsmöglichkeiten und die Zuführung finanzieller Unterstützung kompensiert werden. Behinderte Menschen wurden betreut, erhielten geringe Löhne und ergänzende Hilfsleistungen. Sie waren weitgehend unmündig. Ihre Interessen wurden von Expert:innen aus der Medizin und den Sozialwissenschaften formuliert und vertreten.

Mit Beginn der 1980er Jahre setzte ein Emanzipationsprozess bei behinderten Menschen ein. Es gelang ihnen zunehmend, die eigene Stimme in der Öffentlichkeit zu erheben und sich schrittweise aus einer von ihnen empfundenen Opferrolle herauszulösen. Ein selbst gestaltetes Leben als Teil der im Normbereich geltenden Gesellschaft zu führen, war das selbst formulierte Ziel von Menschen mit Behinderungen.

In den 1990er Jahren mündete das integrative Konzept in der Idee der Inklusion. Sie kann als Paradigmenwechsel verstanden werden. Zum ersten Mal in der Geschichte sieht ein Gesellschaftskonzept vor, ›Andersartige‹ nicht mehr über Normalisierungsbemühungen in eine zahlenmäßig größere Gesellschaft zu integrieren. Der inklusive Ansatz sieht vor,

### bis zum 19. Jahrhundert

keine gesellschaftliche Legitimation

### Ende des 19. Jahrhunderts

aufkommende Sozialethik

### 1970er Jahre

Behindertenpolitik von nicht behinderten für behinderte Menschen

### 1980er Jahre

Behindertenpolitik unter Mitwirkung behinderter Menschen

### 1990er Jahre

Politik der aktiven Teilhabe unter Mitwirkung heterogener Gruppen



Abbildung 1  
Paradigmenwechsel in der Gesellschaft über einen Zeitraum von ca. 30 Jahren

Anderssein gesellschaftlich anzuerkennen, Teilhabemöglichkeiten zu schaffen und Defizite durch individuelle Förderung auszugleichen.<sup>3</sup>

Wie dieser Paradigmenwechsel in der Gesellschaft sichtbar wurde, zeigt die Umbenennung der ›Aktion Sorgenkind‹. Die 1964 gegründete Fernsehlotterie zur Förderung behinderter Menschen wurde im Jahr 2000 in ›Aktion Mensch‹ umbenannt. Das ging vor allem auf die Kritik der betroffenen Menschen selbst zurück, die nicht länger als ›Sorgenkind‹, sondern als gleichberechtigter Teil der Gesellschaft wahrgenommen werden wollten.<sup>4</sup>

Heute führt die zunehmende Globalisierung dazu, dass ›Anderssein‹ im gesellschaftlichen Kontext nicht länger allein auf Menschen mit Behinderungen bezogen wird. Anders kann beispielsweise auch sein, wer aus einem anderen Kultur- oder Sprachraum stammt.

In der Bundesrepublik Deutschland sind Gleichbehandlung und die Anerkennung des Andersseins ein Grundrecht, das im Artikel 3 des Grundgesetzes verankert ist.

## 1.3 Gleichbehandlung in der deutschen Verfassung

»(1) Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich.

(2) Männer und Frauen sind gleichberechtigt. Der Staat fördert die tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern und wirkt auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin.

(3) Niemand darf wegen seines Geschlechtes, seiner Abstammung, seiner Rasse, seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen oder politischen Anschauungen benachteiligt oder bevorzugt werden. Niemand darf wegen seiner Behinderung benachteiligt werden.«<sup>5</sup>

Um dieses Recht durchzusetzen, hat es die Bundesrepublik Deutschland seit ihrer Gründung im Jahr 1949 in verschiedene Gesetze gefasst.

### 1.3.1 Gesetz über die Gleichberechtigung von Mann und Frau auf dem Gebiet des bürgerlichen Rechts (Gleichberechtigungsgesetz - GleichberG) von 1957

Das Gesetz löste die aus der Kaiserzeit stammenden Regelungen im Verhältnis zwischen Männern und Frauen ab und sollte vor allem innerhalb einer Ehe die in der Verfassung festgeschriebene Gleichberechtigung sichern. Neben vielen anderen Aspekten gewährte das Gesetz den Frauen mehr Mitbestimmung, beispielsweise bei Ehescheidungen, und erleichterte ihnen den Zugang in die Arbeitswelt.<sup>6</sup>

### 1.3.2 Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG) von 2006

Im § 1 des umgangssprachlich »Antidiskriminierungsgesetz« genannten AGG heißt es einleitend: »Ziel des Gesetzes ist, Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität zu verhindern oder zu beseitigen.«<sup>7</sup>

### 1.3.3 Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) von 2012

»Ziel dieses Gesetzes ist es, die Benachteiligung von Menschen mit Behinderungen zu beseitigen und zu verhindern sowie ihre gleichberechtigte Teilhabe am Leben in der Gesellschaft zu gewährleisten und ihnen eine selbstbestimmte Lebensführung zu ermöglichen. Dabei wird ihren besonderen Bedürfnissen Rechnung getragen.«<sup>8</sup> Konkret wird im § 4 die Schaffung von Barrierefreiheit beschrieben (vgl. S. 22).

### 1.3.4 UN-Behindertenrechtskonvention von 2008 und Bundesteilhabegesetz (BTHG) von 2016

Im Jahr 2008 hat die Generalversammlung der Vereinten Nationen das »Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen«, kurz auch »Behindertenrechts-

1949  
Grundgesetz

1957  
Gesetz zur Gleichberechtigung  
von Mann und Frau

2006  
Antidiskriminierungsgesetz

2012  
Behindertengleichstellungsgesetz

2016  
Bundesteilhabegesetz

konvention« in Kraft gesetzt. Sind Menschen mit Behinderungen bislang häufig unter dem Aspekt der Hilfsbedürftigkeit und geminderten Leistungsfähigkeit betrachtet worden, so sagt die aktuelle Konvention aus, dass allen Menschen dieselben Menschenrechte zustehen. Deshalb ist ein Staat verpflichtet, ihre Rechte zu gewährleisten und zu schützen. Neben 19 weiteren Ländern hat die Bundesrepublik Deutschland das Abkommen im Jahr 2009 ratifiziert. Das BTHG setzt die Verpflichtungen aus der UN-Behindertenrechtskonvention in geltendes Recht um:

»Die für Deutschland verbindliche Konvention enthält Prinzipien (zum Beispiel Nicht-Diskriminierung, Chancengleichheit, Selbstbestimmung, Inklusion), Verpflichtungen (zum Beispiel Partizipation, Bewusstseinsbildung, Zugänglichkeit) und Einzelrechte (bürgerliche und politische sowie wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte). Ziel der Konvention ist der volle und gleichberechtigte Genuss aller Menschenrechte und Grundfreiheiten für alle Menschen mit Behinderungen. Dafür setzt sich auch die Monitoring-Stelle UN-Behindertenrechtskonvention des Deutschen Instituts für Menschenrechte ein.«<sup>9</sup>

## Gleichbehandlung ist ein gesetzlich garantiertes Grundrecht in Deutschland.

## 1.4 Inklusion

Das lateinische ›inclusio‹ steht im Deutschen für ›Einschluss‹ oder ›Einschließung‹. Soziologisch kann die Inklusion als Folge der Integration betrachtet werden. »Während die Integration davon ausgeht, dass eine Gesellschaft aus einer relativ homogenen Mehrheitsgruppe und einer kleineren Außengruppe besteht, die in das bestehende System integriert werden muss, stellt die Inklusion eine Abkehr von dieser Zwei-Gruppen-Theorie dar und betrachtet alle Menschen als gleichberechtigte Individuen, die von vornherein und unabhängig von persönlichen Merkmalen oder Voraussetzungen Teil des Ganzen sind.«<sup>10</sup> »Wenn alle Menschen selbstverständlich dabei sein können, werden Unterschiede zunehmend unwichtig. Egal wie alt jemand ist, welchen Geschlechts, ob mit oder ohne Behinderungen und unabhängig der Herkunft: durch Inklusion haben alle gleichermaßen die Möglichkeit am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen.«<sup>11</sup>

**Inklusion betrachtet alle Menschen gleichberechtigt als Teil eines Ganzen.**

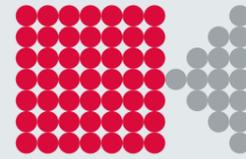


Abbildung 2  
Exklusion: Zwei Systeme schließen einander aus

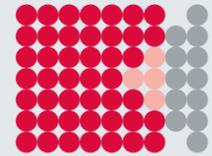


Abbildung 3  
Integration: Ein System fügt sich in ein zweites

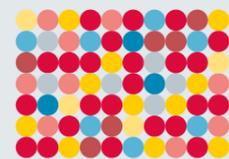


Abbildung 4  
Inklusion: Verschiedene Systeme sind Teil eines Ganzen

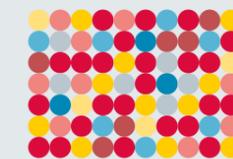
## 1.5 Diversität

›Divers‹ stammt aus dem Lateinischen und steht für ›ungleichartig‹ oder ›verschieden‹. Im soziologischen Kontext bedeutet Diversität (umgangssprachlich auch in der englischen Fassung ›Diversity‹), dass Unterschiede und besondere Merkmale von Menschen oder ethnischen Gruppen nicht diskriminierend behandelt sondern, vielmehr, dass sie anerkannt und respektiert werden. Dabei werden verschiedene Kerndimensionen betrachtet:

- Alter
- Geschlecht
- Soziale Herkunft
- Kulturelle Herkunft
- Religion
- Psychische Verfassung
- Physische Verfassung
- Sexuelle Orientierung<sup>12</sup>

Die Anerkennung diverser Strukturen schafft die Voraussetzung für inklusive Modelle.

**Diversität steht für die Vielfalt der Menschen bei Anerkennung ihrer unterschiedlichen und besonderen Eigenschaften.**



Inklusion ist divers

## 1.6 Barriere – Zugang – Systemische Barriere

Aus dem Französischen (Barrière) kommend, bedeutet »**Barriere**« ins Deutsche übersetzt »**Hindernis**«, das einen Zugang erschwert oder unmöglich macht. »**Zugang**« ist in Wechselwirkung zur Barriere zu betrachten, denn Zugang ist möglich, wenn keine Barrieren existieren oder unmöglich, wenn Barrieren ihn verhindern. In der Folge sind Menschen von einem Angebot ausgeschlossen, wenn sie eine Barriere nicht überwinden können. Oder sie können ein Angebot nur mit Einschränkungen wahrnehmen, wenn ihnen der Zugang erschwert wird. Wohl jeder Mensch trifft im Lauf seines Lebens auf Barrieren, die ihm einen Zugang verwehren.

Eine Barriere wird zu einer »**systemischen Barriere**«, wenn Menschen generell und dauerhaft aus einem System ausgeschlossen sind. Ungeachtet aller deutschen Gesetzgebungen und der daraus resultierenden Verpflichtungen trifft dies besonders auf Menschen mit Behinderungen zu. »Menschen mit Behinderungen begegnen in Deutschland nach wie vor einer Vielzahl unterschiedlichster Barrieren, die sie im täglichen Leben behindern. Die Barrieren reichen von Hindernissen im öffentlichen Nah- und Fernverkehr und in Gebäuden (**physische Barrieren**) über unverständliche Gebrauchsanweisungen, Anwendungsprobleme im Internet oder komplizierte Behördeninformationen (**kommunikative Barrieren**) bis hin zu Vorurteilen und Stereotypen (**Barrieren in den Köpfen**). Auch gesetzliche Bestimmungen können Hindernisse darstellen, so ist etwa der Wahlrechtsausschluss gemäß den Wahlgesetzen ein Hindernis für die politische Partizipation von Menschen mit Behinderungen (**rechtliche Barrieren**)...«<sup>13</sup>

Eine **finanzielle Barriere** kann beispielsweise bestehen, wenn ältere Menschen oder Menschen mit Behinderung für Versicherungsschutz besonders hohe Gebühren zahlen sollen, die sie sich möglicherweise nicht leisten können.

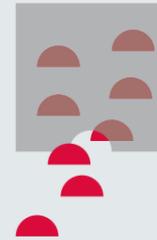


Abbildung 5  
Zugang



Abbildung 6  
Barriere

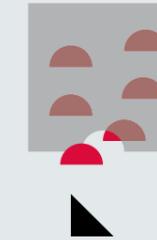


Abbildung 7  
Systemische Barriere

»Barrieren halten Menschen mit Behinderungen systematisch davon ab, eine Arbeit zu finden oder gleichberechtigten Zugang zu anderen gesellschaftlichen Lebensbereichen wie Sport- und Kulturangeboten zu erhalten. Diese strukturellen Barrieren zu beseitigen, ist maßgebend, damit behinderte Menschen aktiv und umfassend an der Gesellschaft teilnehmen können.«<sup>14</sup> Systemische Barrieren betreffen auch Menschen mit Migrationshintergrund, wenn sie bei der Wohnungs- oder Jobsuche allein aufgrund ihres Namens vom weiteren Verfahren ausgeschlossen sind.

**Barrieren hindern Menschen daran, vollumfänglich am gesellschaftlichen Leben teilhaben zu können.**

**Zugänge sollen allen Menschen garantieren, vollumfänglich am öffentlichen Leben teilhaben zu können.**

## 1.7 Barrierefreiheit

Barrierefreiheit soll Menschen mit Behinderungen die vollumfängliche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben ermöglichen. Dieses Grundrecht ist im Artikel 3 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland verankert (vgl. S. 15 ff).

Am 1. Mai 2002 trat das BGG in Kraft. Es sieht vor, alle Lebensbereiche so zu gestalten, dass sie ohne Hindernisse zugänglich sind. »Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind. Hierbei ist die Nutzung behinderungsbedingt notwendiger Hilfsmittel zulässig.«<sup>15</sup>

Infolge der Gesetzgebung wurde Barrierefreiheit in deutschen Landesbauordnungen verankert und in technischen Normen definiert. Beispielhaft sei hier auf die Überarbeitung der »DIN 1450 Schriften – Leserlichkeit« im Jahr 2013 verwiesen. Sie berücksichtigt die demografische Entwicklung einer älter werdenden Gesellschaft (vgl. S. 54).

## 1.8 Zwischenfazit

In der Bundesrepublik Deutschland ist das Grundrecht auf Gleichbehandlung durch die Verfassung geschützt und die Durchsetzung dieses Rechts gesetzlich garantiert. Ausgehend von einer weitgehend homogenen Gesellschaft in den 1950er Jahren betrafen die Regelungen zunächst die Gleichstellung von Frauen und Männern. In den 1970er Jahren gelang es Menschen mit Behinderungen, selbst öffentlich Wort zu ergreifen und sich aus einer von der Gesellschaft festgelegten Opferrolle zu lösen. Erst Jahrzehnte später wurde dieser Anspruch in Gesetzgebungen implementiert (AGG / BGG), die nicht nur Menschen mit Behinderungen vor Benachteiligung schützen sollen, sondern die auch andere Faktoren wie die ethnische oder religiöse Herkunft berücksichtigen.

Doch wie sieht die Realität aus? Auch wenn bei öffentlichen Neubau- und Infrastrukturprojekten Barrierefreiheit gesetzlich gebaute Realität ist, sind Menschen mit Behinderungen im Alltag nach wie vor Barrieren ausgesetzt. Ein Beispiel: Ca. 20% der Bahnhöfe in Deutschland sind nicht barrierefrei über Rampen oder Aufzüge erreichbar<sup>16</sup>. Menschen im Rollstuhl sind also gezwungen, auf eine benachbarte Station auszuweichen und anschließend zu ihrem Ziel zu »rollen«. Das wirkt doppelt ungerecht, schließlich fällt es »gehenden« Menschen ungleich leichter, einen Umweg in Kauf zu nehmen.

Auch jenseits der gebauten Umwelt stellt sich ein ähnliches Bild dar. Kompliziert verfasste Texte, beispielsweise in Antragsformularen, machen es nicht nur Menschen mit Seh- oder kognitiven Einschränkungen, sondern auch allen hinzugezogenen Nichtmuttersprachler:innen schwer, sich im deutschen Alltag zurechtzufinden. Nicht selten treffen solche Benachteiligungen Menschen, die sowieso schon im Nachteil sind, sei es durch soziale Ausgrenzung oder durch finanzielle Nöte. Und genau diese finanziellen Nöte können zu weiteren Barrieren führen, die finanzschwächeren Menschen Zugänge erschweren, was die soziale Ausgrenzung weiter verschärft.

Was muss passieren, damit die Gerechtigkeit Realität wird, die längst gesetzlich verankert ist und die in der Gesellschaft doch eigentlich auf breiten Konsens stößt?

Die vorliegende Arbeit blickt in einen vergleichsweise kleinen Bereich des öffentlichen Lebens. Sie widmet sich der Suche nach einer gerechten Präsentationsform in einem Museum. Das impliziert bereits eine wahrgenommene Ungerechtigkeit, die Ausgangspunkt und Grundmotivation für diese Arbeit ist.

Das Ziel ist eine Präsentationsform, die attraktive Angebote für viele schafft, aber auch speziellen Anforderungen einzelner gerecht wird:

## Ein Design für alle!

Universal Design (USA und Japan)  
Inclusive Design (Großbritannien)



Fokus auf technische Einheitlichkeit:  
Lösungen mit hoher Vereinheitlichung sollen von so vielen Menschen wie möglich genutzt werden können.



wirtschaftliche Ausrichtung

Entwicklung von Lösungen für eine heterogene Gruppe bei weitgehendem Verzicht auf spezielle Anpassungen:

Design für Alle  
(Europäischer Raum)



Fokus auf menschliche Vielfalt:  
Lösungen werden unter Berücksichtigung verschiedener menschlicher Fähigkeiten entwickelt.



soziale Ausrichtung

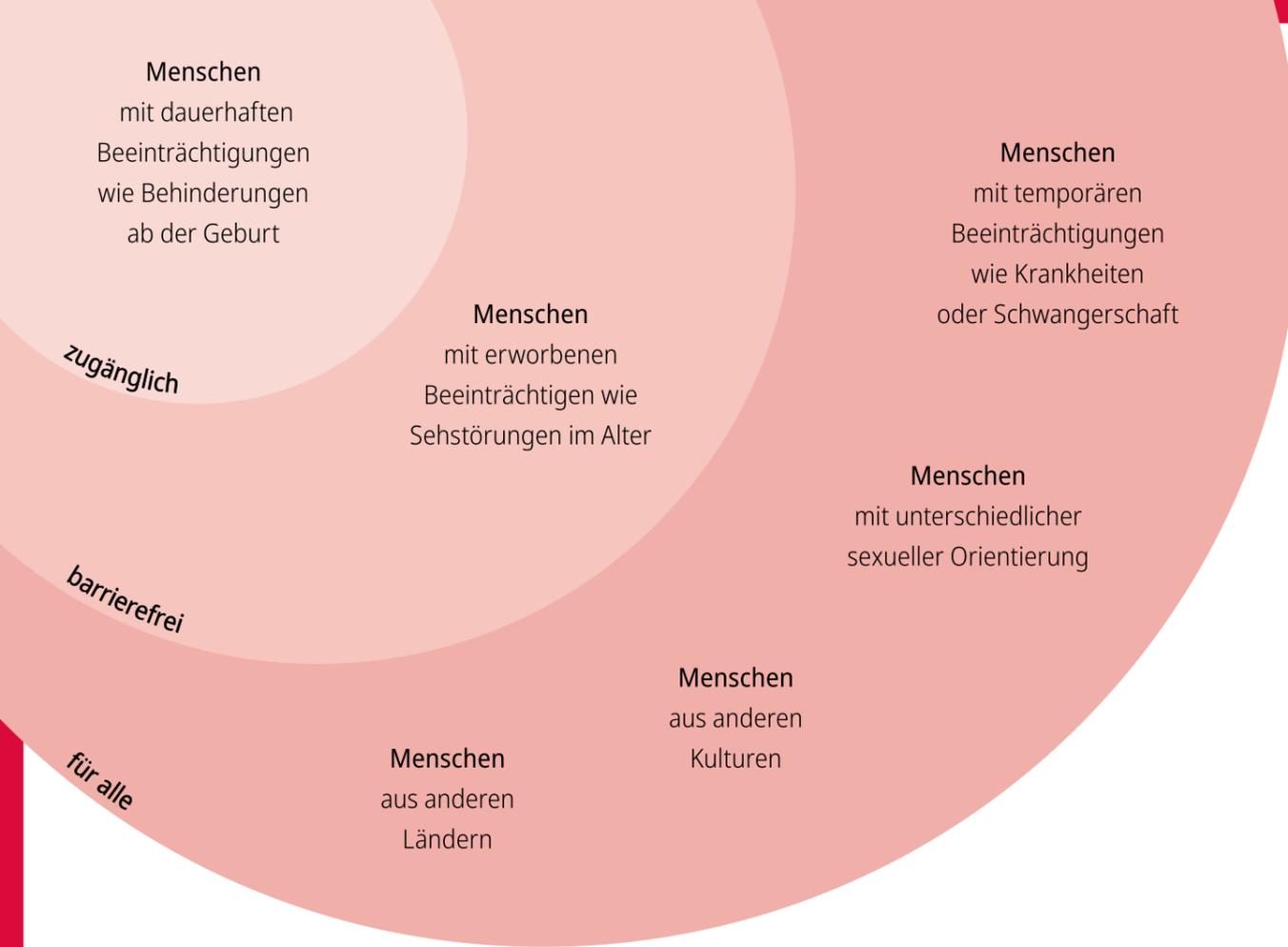
## 2 Design für eine heterogene Gesellschaft

Universell, inklusiv, zugänglich, barrierefrei, Design für Alle. Seit den 1980er Jahren etablieren sich weltweit Designkonzepte, die Produkte für heterogene Zielgruppen schaffen.

### 2.1 Universal and inclusive

Impulsgeber war der wegen Kinderlähmung seit seinem 9. Lebensjahr auf einen Rollstuhl angewiesene US-amerikanische Architekt Ronald L. Mace. Er setzte in den 1970er Jahren erste baurechtliche Regelungen zur Schaffung von Barrierefreiheit durch und gründete später das kalifornische »Center for Universal Design«. 1997, ein Jahr vor Mace' Tod, wurden dort die bis heute gültigen »Sieben Prinzipien des Universal Design« festgeschrieben (vgl. S.31).

Universal Design (UD) leitet aus individuellen Bedürfnissen einzelner Gruppen Konzepte mit hoher Vereinheitlichung ab, die von vielen genutzt werden können. Dabei spielen Marktorientierung und Wirtschaftlichkeit eine wichtige Rolle. Während sich in den USA und in Japan der Begriff »Universal Design« durchgesetzt hat, wird das Konzept in Großbritannien auch »Inclusive Design« genannt.<sup>17</sup>



### 2.2 Zugänglich und barrierefrei

Infolge der gesetzlich verankerten Schaffung von Barrierefreiheit wurden in Deutschland Standards zur Realisierung behindertengerechter Zugänge geschaffen. Daran anknüpfend berücksichtigt barrierefreies Design zusätzlich die Bedürfnisse älterer Menschen. Beide Konzepte setzen geltendes Recht und daraus resultierende Normen und Standards um.

Abbildung 8  
Dimension von zugänglichem Design für eine einzelne Gruppe zu ganzheitlichem Design für eine große, heterogene Gruppe

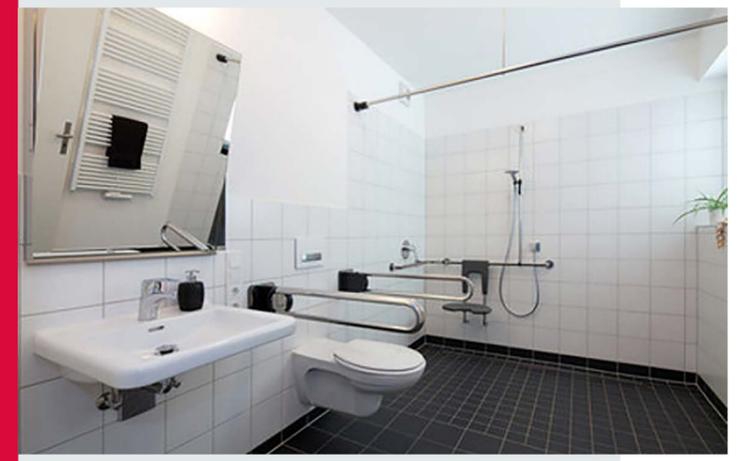


Abbildung 9  
Barrierefreies Bad ohne besondere Berücksichtigung ästhetischer Aspekte  
Foto: fotolia, Jörg Lantelme

Öffentliche Einrichtungen wurden dahingehend nachgerüstet, dass sie ›rollstuhlgerecht‹ erschlossen werden können. Auch akustische Ampeln, taktile Bodenleitsysteme oder rollstuhlgerechte Toiletten sind längst Realität in der gebauten Umwelt geworden. Das hat Barrieren vermindert und Teilhabemöglichkeiten gestärkt. Ästhetische Aspekte spielen in diesen Konzepten eine untergeordnete Rolle.

### 2.3 Design für Alle (DfA)

Während barrierefreies Design auf Bedürfnisse behinderter und älterer Menschen ausgerichtet ist, verfolgt DfA einen ganzheitlichen Ansatz. Analog zur Idee der Inklusion (vgl. S. 18) werden Menschen aus diversen Gruppen anerkannt und als Teil eines Ganzen betrachtet, wobei die verschiedenen Bedürfnisse und ästhetische Aspekte in den gesamten Designprozess einfließen. Im Jahr 2004 verabschiedete das European Institute for Design and Disability (EIDD)<sup>18</sup> die sogenannte Stockholmdeklaration. Darin heißt es:

**»Design für Alle bedeutet Design mit Blick auf die menschliche Vielfalt, soziale Inklusion und Gleichstellung.«<sup>19</sup>**

Die Deklaration macht den Unterschied zum Universal Design klar. UD leitet aus individuellen Bedürfnissen einzelner Gruppen Konzepte mit hoher Vereinheitlichung ab. DfA setzt auf Vielfalt und erzwingt keine Einheitlichkeit. Es greift Ideen des skandinavischen Designs der 1950er und des ergonomischen Designs der 1960er Jahre auf und bezieht den demografischen Wandel zu einer immer älter werdenden Gesellschaft in seine Betrachtungen ein. Dieser ganzheitliche Ansatz sei »eine kreative und ethische Herausforderung für alle Planer, Designer, Arbeitgeber, Verwaltungen und führende Politiker«, heißt es in der Deklaration.<sup>20</sup>

### 2.3.1 Skandinavisches Design

Das skandinavische Design wird seit den 1950er Jahren in Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden geprägt. Der Grundgedanke von Funktionalität, Minimalismus, Naturverbundenheit und die Verwendung klarer, leuchtender Farben hat ihm bis heute weltweite Sympathie und kommerziellen Erfolg beschert. Auch inklusive Ideen von einer »Gesellschaft für Alle« haben skandinavischen Ursprung und fließen in die Gedanken zu einem ganzheitlichen Designprozess ein, so der EIDD.<sup>21</sup>

### 2.3.2 Ergonomie und ergonomisches Design

Ergonomie als Teil der Arbeitswissenschaft analysiert Arbeitsaufgaben und -abläufe von Menschen, um deren Leistungsfähigkeit zu stärken und Belastungen zu minimieren. So sollen dauerhafte Schädigungen, beispielsweise durch monotone Tätigkeiten, vermieden werden.<sup>22</sup> Die Ergonomie hat wesentlichen Einfluss auf das Industrie- und Produktdesign, beispielsweise bei der Entwicklung von Arbeitsgeräten oder Möbeln.



Abbildung 10  
Stühle des finnischen Designers  
Ilmari Tapiovaara aus den 1960er  
Jahren  
Foto: Pamoto



Abbildung 11  
Ergonomischer Straßenbesen zur  
rücken- und kraftschonenden Arbeit  
Foto: Rehadat Hilfsmittel



Abbildung 12  
Barrierefrei gestaltetes Bad unter  
Berücksichtigung ästhetischer  
Aspekte  
Foto: Kaldewei

### 2.3.3 Demografischer Wandel und altersgerechtes Design

Einer Statistik von Pro Heraldica zufolge betrug die durchschnittliche Lebenserwartung im 19. Jahrhundert 38,4 Jahre bei Frauen und 35,6 Jahre bei Männern.<sup>23</sup> Aktuell gehen Forscher:innen davon aus, dass etwa die Hälfte der heute in Industrieländern geborenen Menschen das 100. Lebensjahr erreichen wird.<sup>24</sup>

»Die zunehmende Alterung der Bevölkerung stellt neue Anforderungen an die Umweltgestaltung in allen Bereichen – von der Planung und Gestaltung von Gebäuden und Infrastrukturen über das Design von Produkten, Informations- und Kommunikationssystemen bis hin zur Konzeption von Dienstleistungs- und Serviceangeboten.«<sup>25</sup>

Besonders sichtbar wird altersgerechtes Design bei Wohnkonzepten, die bereits in der Planung eine komfortable und sichere Alltagsbewältigung älterer Menschen berücksichtigen. Wurden seniorengerechte Wohnlösungen bislang häufig mit funktionaler Tauglichkeit assoziiert, so sind sie längst zu komfortablen Lösungen mit attraktivem und modernem Design geworden. »Bodengleiche Abflüsse, Reling-Systeme und andere Innovationen in der Sanitärwelt zeigen, dass Barrierefreiheit und Gefühl gar nicht so weit auseinanderliegen. Komfort und Wellness bilden die Wogen, auf denen das vermeintliche Design für Alte surft und so zum Design für Alle wird ...«<sup>26</sup> »Wer für die Jugend konstruiert, schließt das Alter aus; wer für das Alter konstruiert, schließt die Jugend ein ...«<sup>27</sup>

### 2.3.4 Ziele des DfA

Die Herausforderung des DfA besteht darin, verschiedene Anforderungen aus verschiedenen Zielgruppen in einer Gesamtlösung zu vereinen. Auf Anpassungen für spezielle Bedürfnisse soll weitgehend verzichtet werden können. Der Mensch steht bei der Entwicklung im Mittelpunkt. »Stigmatisierungen sind zu vermeiden: Ein Produkt darf niemanden beschämen, seine reduzierten Möglichkeiten und Fähigkeiten nicht vorführen, Einschränkungen nicht präsentieren.«<sup>28</sup>

Ein Beispiel:

Stufe 1: Eine Person im Rollstuhl ist nicht in der Lage, ohne fremde Hilfe einen Bus des öffentlichen Nahverkehrs zu nutzen. (Abbildung 13)

Stufe 2: Infolge des Barrierefreiheitsgesetzes wurden Verkehrsmittel des öffentlichen Lebens behindertengerecht umgebaut. Dazu wurden Busse mit Rampen nachgerüstet. Die Person im Rollstuhl ist nun in der Lage, sich selbstständig im öffentlichen Leben zu bewegen. Allerdings ist hierfür die Unterstützung des Personals vonnöten, das die Rampe bei Bedarf ausfährt. Das Verfahren hält den Verkehr auf und alle Aufmerksamkeit richtet sich auf die verursachende Person. Das kann von der Person im Rollstuhl als sehr unangenehm, als »positive Diskriminierung« wahrgenommen werden. (Abbildung 14)

Stufe 3: Die Neukonzeption des Busses verzichtet auf die Speziallösung »Rampe«. Sie entwickelt einen ebenerdigen Einstieg, den Menschen im Rollstuhl ohne weitere Unterstützung bewältigen können. Sie rollen in den Bus hinein. Auch für Menschen ohne Mobilitätseinschränkungen – seien es Reisende mit sperrigem Gepäck, Eltern mit Kinderwagen oder ältere Menschen – ist es einfacher und komfortabler, einen Bus stufenlos betreten zu können. (Abbildung 15)



Abbildung 13  
nicht zugänglich



Abbildung 14  
mit Hilfsmitteln zugänglich gestaltet



Abbildung 15  
barrierefreie gestaltet

### Sieben Prinzipien des Universal Design von 1997<sup>29</sup>

- 1 Breite Nutzbarkeit
- 2 Flexibilität in der Benutzung
- 3 Einfache und intuitive Benutzung
- 4 Sensorisch wahrnehmbare Informationen
- 5 Fehlertoleranz
- 6 Geringer körperlicher Aufwand
- 7 Größe und Platz für Zugang und Benutzung

Ziel

Lösung, die für viele Menschen entwickelt wurde

### Fünf Kriterien des Design für Alle von 2004<sup>30</sup>

- 1 Gebrauchsfreundlichkeit
- 2 Anpassbarkeit
- 3 Nutzerorientierung
- 4 Ästhetische Qualität
- 5 Marktorientierung

Ziel

Lösung, die von vielen Menschen benutzt werden kann

### 2.3.5 Entwicklungskriterien des DfA

Ähnlich der sieben Prinzipien des Universal Design wurden im Rahmen einer durch die Bundesregierung beauftragten Studie fünf handlungsleitende Kriterien zur Umsetzung eines Designs für Alle entwickelt. Sie sollen mittelständische Unternehmen bei der Implementierung inklusiver Produktentwicklungen unterstützen.<sup>30</sup>

Danach sollen gebrauchsfreundliche Produkte einfach und sicher benutzt werden können. Sie sollen sich individuellen Bedürfnissen anpassen können und ihre künftigen Nutzer:innen während des gesamten Entwicklungsprozesses berücksichtigen. Ästhetische Aspekte sollen in die Entwicklung einbezogen werden, damit die Lösung von vielen Menschen als attraktiv empfunden wird, breit vermarktet werden und große Nutzer:innengruppen erreichen kann.

DfA ist kein Produkt und auch keine Eigenschaft. Es ist ein Prozess, der vom ersten Planungsschritt an spezielle Anforderungen berücksichtigt, aber eine allgemeingültige Lösung anstrebt. DfA hat den Effekt, dass auch solche Nutzergruppen von Speziallösungen profitieren, die gar nicht zwingend darauf angewiesen sind. Daher werden die Produkte häufig von einer größeren Nutzerschicht als attraktiv und angenehm empfunden.<sup>31</sup>

## 2.4 Zwischenfazit

### 2.4.1 Universell, inklusiv, für alle – ein Verwirrspiel

Im ›Lexikon Inklusion‹ unterscheidet der Kommunikationspädagoge Tobias Bernasconi zwei Hauptströmungen: eine auf hohe Einheitlichkeit ausgerichtete US-amerikanische Idee und ein auf Vielfalt setzendes europäisches Modell<sup>32</sup> (vgl. Übersicht auf S. 25).

Die Trennung bezieht sich zunächst auf die Herkunft beider Modelle und vor allem im Entwicklungsprozess werden Unterschiede deutlich.

Der Blick in die aktuelle Forschung und Praxis zeigt, dass die Bezeichnungen ›Universal Design‹ und ›Design für Alle‹ häufig synonym verwendet oder vermischt werden. Im Lexikon zur Beruflichen Teilhabe des Instituts der Deutschen Wirtschaft Köln e. V. wird die Mischung beider Konzepte deutlich. Die Definition zum Universellen Design wird eingeleitet mit »Universelles Design (auch: Universal Design, Design for all) ist ein Design-Konzept im Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention...«<sup>33</sup> und listet dann die sieben Prinzipien des US-amerikanischen Modells auf. Auch die Initiative ›Bayern barrierefrei‹ der Bayerischen Staatsregierung schreibt: »Universelles Design wird auch ›Design für alle‹ genannt. Denn Produkte, Räume oder Dienstleistungen, die ›universell‹ gestaltet sind, sollen allen Menschen gleichermaßen dienen.«<sup>34</sup> Betrachtet man die grundlegenden Unterschiede beider Konzepte, führt diese Wortmischung zu einer Unschärfe.

### Vorschlag für ein nachhaltiges und inklusives Design im Jahr 2021:

- 1 berücksichtigt Nutzer:innen im gesamten Entwicklungsprozess
- 2 berücksichtigt den Verbrauch natürlicher Ressourcen
- 3 ist technisch nachrüstbar
- 4 ist gebrauchsfreundlich
- 5 passt sich verschiedenen Bedürfnissen an
- 6 folgt ästhetischen Prinzipien
- 7 ist marktorientiert

Ziel

Lösung, die von vielen Menschen benutzt werden kann und die so wenig Ressourcen wie nötig verbraucht

### 2.4.2 Zeit für eine Neuausrichtung?

Die Fachdiskussion scheint nicht abgeschlossen zu sein. Um eine möglicherweise irreführende Vermischung zu vermeiden, kann eine zukunftsfähige Lösung in der Zusammenführung der Prinzipien des UD (1997) und der Kriterien des DfA (2004) liegen. Beide haben ihren Ursprung in der Grundmotivation, Diskriminierung von Menschen mit Behinderungen zu mindern und Teilhabemöglichkeiten zu stärken.

Die Einbeziehung der Nutzer:innengruppen im Planungsprozess als Alleinstellungsmerkmal des europäischen Modells muss hinterfragt werden. Denn auch ein nach amerikanischen Prinzipien entwickeltes Produkt kann nur erfolgreich am Markt bestehen, wenn es seine künftige Zielgruppe genau im Blick hat.

Mit dem Kriterium ›Marktorientierung‹ hat wiederum das im Ursprung sozial ausgerichtete DfA die Marktwirtschaft erreicht, wie das Beispiel des barrierefrei gestalteten Badezimmers der Fa. Kaldewei belegt. Beide Systeme laufen Gefahr, neue Barrieren zu schaffen. Gemeint sind finanzielle Barrieren derjenigen Menschen, die sich inklusiv gestaltete Produkte nicht leisten können.

So bleibt es vor allem ein politischer Auftrag, das Recht auf ein menschenwürdiges Leben und aktive Teilhabemöglich-

keiten in einer diversen Gesellschaft durchzusetzen. Aktuell fordert das EU-Parlament seine Mitgliedsstaaten dazu auf, Obdachlosigkeit bis zum Jahr 2030 europaweit abzuschaffen.<sup>35</sup>

Aspekte der ökologischen Nachhaltigkeit wurden in beiden Systemen bisher kaum berücksichtigt. Will inklusives Design zukunftsfähig sein, so muss der Verbrauch natürlicher Ressourcen zu einem wesentlichen Kriterium im Planungsprozess für Menschen und für den Schutz der Umwelt werden.

### 2.4.3 Grenzen inklusiver Gestaltungsprozesse

Die Schaffung von Teilhabemöglichkeiten für alle Menschen darf nicht in einer pauschalen Lösung gesucht werden. Wo Menschen pauschal einer gleichen Lösung »unterworfen« sind, können spezielle Bedürfnisse nicht erfüllt werden. Das kann zu einem Nachteil für ausgerechnet diejenigen werden, die Impulsgeber für die inklusive Designidee gewesen sind: Menschen mit Behinderungen. Eine pauschale Lösung für alle kann dazu führen, dass mangels Passgenauigkeit eines Produktes keine einzige Zielgruppe einen Mehrwert aus diesem Produkt ziehen kann. (Abbildung 16)

Schaut man die drei Wörter bewusst an – Design – für – Alle –, und vergegenwärtigt sich die Vielfalt der Gesellschaft bei knapp 8 Milliarden Menschen auf der Welt, dann wird deutlich, wie missverständlich und wörtlich genommen falsch der Begriff ist. Es gibt keine Lösung, die allen gerecht werden kann. Aber es gibt eine Idee, eine Motivation, eine Philosophie. Und wenn aus der Idee des Designs für alle eine Lösung für viele entsteht, können Barrieren schrittweise abgebaut und Teilhabemöglichkeiten gestärkt werden. (Abbildung 17)

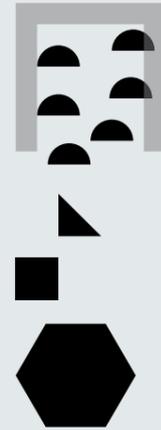


Abbildung 16  
Mangelnde  
Passgenauigkeit



Abbildung 17  
Eine Lösung für  
viele, ohne Anpassung  
bei extremer  
Abweichung



Abbildung 18  
Spezielle Anpassung bei  
extremer Abweichung

Wo spezielle Anforderungen in extremer Weise von allgemeinen Bedürfnissen abweichen, werden immer individuelle Anpassungen erforderlich sein. (Abbildung 18)

DfA ist ein Prozess, der mit den Kerndimensionen der Gesellschaft und ihrem stetigen Wandel operiert. Damit bleibt der Prozess offen und kann stets neue, durch gesellschaftliche Veränderung begründete Faktoren aufnehmen.

## Design für alle heißt der Weg, an dessen Ziel ein Produkt für viele steht.

Auf dem Weg zu einem Produkt für viele folgt nun die nächste Station: die Betrachtung der Museumskultur.

# 3 Museumskultur

## 3.1 Einordnung

Als Kunstsammlungen sind Museen öffentliche Einrichtungen, die häufig von der öffentlichen Hand, also aus Steuergeldern aller Bürgerinnen und Bürger, finanziert werden. Dennoch ist der Begriff Museum in der Bundesrepublik Deutschland nicht geschützt<sup>36</sup> und es gibt keinerlei gesetzliche Regelungen darüber, wie ein Museum auszustatten ist oder welchem Zweck es dienen soll. Der Deutsche Museumsbund hat die im Jahr 2010 formulierte Begriffsdefinition des Internationalen Museumsrates verbindlich anerkannt:

»A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.«<sup>37</sup>

### Kunstsammlung

#### Museum

altgriechisch: mouseïon

›Heiligtum der Musen‹

kunstgewerbliche, wissenschaftliche, technische Sammlungen



#### Pinakothek

altgriechisch: pinakothékē

›Bildersaal‹

Bilder- und Gemäldesammlungen



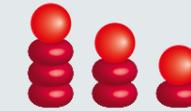
Abbildung 19  
Museumseinordnung

#### Glyptothek

altgriechisch: glyptos

›in Stein geschnitten‹

Skulpturensammlungen



»Ein Museum ist eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt.«<sup>38</sup>

Die Anzahl der in Deutschland geführten Museen erhöht sich jedes Jahr. Dem Deutschen Institut für Museumsforschung zufolge waren es 2018 bundesweit ca. 6.700<sup>39</sup>, in Berlin ca. 170 Einrichtungen. Mit mehr als 1.000 kooperierenden Museen ist der Deutsche Museumsbund (DMB) die anerkannte Interessenvertretung deutscher Museen.<sup>40</sup>

**Museen sind öffentliche Orte im Dienst der gesamten Gesellschaft. Sie sollen anregen und unterhalten, Bildung vermitteln und einen Beitrag zur geistigen und persönlichen Entwicklung jedes Menschen leisten.**

### 3.2 Vermittlung im Museum

»Museen sind wichtige Lernorte für Kinder und Erwachsene. Bildung und Vermittlung sind elementare Bestandteile der Arbeit im Museum«, so der DMB. »Vermittlungskonzepte umfassen heute eine Vielzahl verschiedener Bildungs- und Vermittlungsformate mit und ohne Ausstellungskontext und richten sich an divergierende Zielgruppen.«<sup>41</sup>

Die ab Seite 14 beschriebenen gesellschaftlichen Veränderungen beeinflussen auch das Verständnis von Museumsarbeit. Neben den klassischen Aufgaben des Sammelns und Bewahrens, des Forschens und der Präsentation wächst bereits seit den 1970er Jahren die Bedeutung der Vermittlungsarbeit. Der Deutsche Museumsbund formuliert dies als Paradigmenwechsel, als eine Abwendung von einem »Musentempel« und einer Hinwendung zu einem »Lernort«. In seinen Qualitätskriterien zur Bildungs- und Vermittlungsarbeit beschreibt der DMB

- das Lernen in jeder Lebensphase und
- die Vermittlung an eine zunehmend pluralistische Gesellschaft

als zentrale Herausforderungen bei der Konzeption und Präsentation von Museumsinhalten.<sup>42</sup> Das Vermittlungsziel sieht der Präsident des DMB, Prof. Dr. Eckart Köhne, in

- der Kompetenzerweiterung,
- der Selbstermächtigung und
- der Stärkung der Handlungsfähigkeit jeder Besucher:in,

denn »in nahezu allen Lebensbereichen unserer Gesellschaft ist Bildung der Schlüssel zu sozialer und gesellschaftlicher Teilhabe«, so Köhne.<sup>43</sup>

Mit der Institutionalisierung des Lernortes haben Museen zunehmend Bedürfnisse der von ihnen im Vorfeld definierten Zielgruppen berücksichtigt und maßgeschneiderte Vermittlungsangebote für sie entwickelt. Mit diesem Ansatz einer bewusst getroffenen

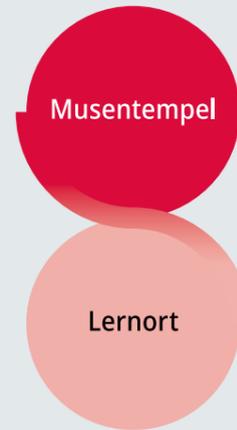


Abbildung 20  
Paradigmenwechsel in der Museumskultur über einen Zeitraum von ca. 30 Jahren

Abbildung 21

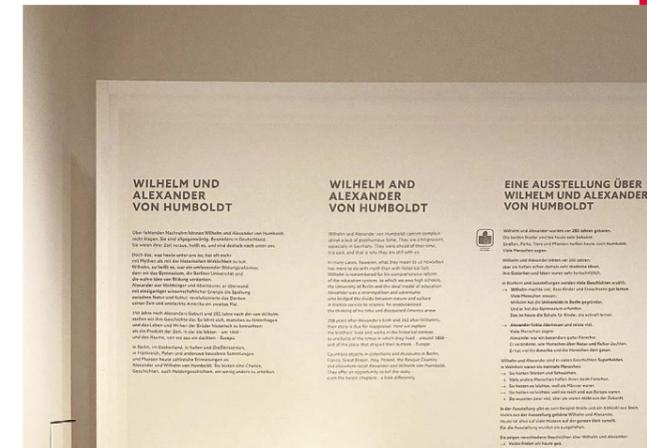
links  
Platzierung einer Objektbeschriftung bei Berücksichtigung von kleinen Menschen oder Menschen im Rollstuhl. Keine Berücksichtigung hoher Farbkontraste zur guten Lesbarkeit für Menschen mit Sehschwächen. Ausstellung »Monet. Orte.« 2020 Museum Barberini Potsdam

Auswahl durch Expert:innen für eine festgelegte Zielgruppe habe sich die Museumspädagogik als »Anwältin« von Museumsbesucher:innen etabliert, so die Vorsitzende des Bundesverbandes Museumspädagogik e. V., Elke Kollar<sup>44</sup>. Auch wenn zunehmend Gruppen unterschiedlicher kultureller Herkunft und individueller Fähigkeiten in der Konzeption von Vermittlungsangeboten berücksichtigt werden, bleibt die Idee des Lernortes ein Integrationsbemühen neuer Gruppen in ein bestehendes System – das System »Museum« mit seinen Expert:innen, Präsentationsorten, Verwaltungsstrukturen, mit seiner tradierten Besucherschaft und der darauf abgestimmten Ausstellungsästhetik.



Abbildung 22

rechts  
Textaufbereitung in deutscher, englischer und in Leichter Sprache bei Ausweisung der Leichten Sprache durch ein Label. Ausstellung »Wilhelm und Alexander von Humboldt« 2020 Deutsches Historisches Museum Berlin



### 3.3 Kultur für alle

Bereits aus den 1970er Jahren stamme die Idee einer ›Kultur für alle‹ und 30 Jahre später sei dieser Anspruch auch im realen Kulturbetrieb als Zielmarke manifestiert. Gleichzeitig verändere sich der Nutzer:innenkreis kaum: »Noch immer bleibt die Hälfte der Menschen von den öffentlich finanzierten Kulturangeboten ausgeschlossen und nur **5 – 10 % der Bevölkerung** bilden den verlässlichen Kern der Vielnutzer, um den sich immer mehr Anbieter bemühen und für die immer mehr und immer exklusivere Angebote auf öffentliche Kosten zur Verfügung gestellt wurden«, heißt es in einem Kommentar des Kulturpolitikers Oliver Scheytt und des Soziologen Norbert Sievers in den Kulturpolitischen Mitteilungen von 2010.<sup>45</sup>

Mit ca. **40 % der Bevölkerung** stellen Gelegenheitsnutzer:innen eine weitere relevante Zielgruppe dar. Dass Kultureinrichtungen zur Erhöhung ihrer Auslastung zunächst diese 40% stärker an sich binden möchten, scheint am einfachsten umsetzbar und ökonomisch vielversprechend, so der Kultur- und Sozialwissenschaftler Thomas Renz in einem Beitrag über »Nicht-Besucher im Kulturbetrieb«<sup>46</sup> aus dem Jahr 2016.

## ›Kultur für alle‹ ist aktuell eine ›Kultur für die Hälfte‹.

Mit zielgruppenorientierter Programmplanung soll eine Grundmotivation bei der anderen Hälfte der Gesellschaft, den dauerhaften Nicht-Besucher:innen, erzeugt werden.  
»Mittels populärer Flashmobs wird auf neue Weise (Zufalls-)Aufmerksamkeit geschaffen,

Outreach-Formate machen klassische Kultur open air und im öffentlichen Raum neu erlebbar, Virtual-reality-Anwendungen und immersive Inszenierungen zeigen Kunst in außergewöhnlichen Perspektiven, ›Bürgerbühnen‹ eröffnen aktive ästhetische Erfahrungen und Zugänge. [...] Reichen diese Bemühungen aber aus, um die bestehende soziale Homogenität des öffentlich geförderten Kulturlebens zu verändern – denn noch immer gehören vorwiegend die hochgebildeten sozialen Milieus zu den Besuchern klassischer Kulturangebote ...«<sup>47</sup>, so Birgit Mandel vom Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim in einem Diskurs zur ›Teilhabeorientierten Kulturvermittlung‹ im Jahr 2016.

### 3.4 Zwischenfazit

Eine Kultur, die grundsätzlich für alle gemacht ist, wird aktuell nur von etwa der Hälfte der Bevölkerung genutzt. Auch die jüngste Entwicklung populärer Vermittlungsformate konnte dieses Verhältnis nicht fundamental ändern. Dabei steigt die Zahl der Museen und Kulturangebote kontinuierlich. Und mit ihr steigen auch alle dafür aufgewendeten Kosten, die zwar von allen Steuerzahler:innen getragen, aber eben nur von der Hälfte der Bevölkerung genutzt werden. Dass es sich dabei um die finanziell schlechter und mit formal geringer qualifizierten Berufsabschlüssen ausgestattete Hälfte der Gesellschaft handelt, bestätigen auch die weiteren Ausführungen in den Beiträgen von Thomas Renz und Birgit Mandel.

Der vollzogene Paradigmenwechsel in Museen weist Parallelen zur allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklung auf. Damit beweist Kulturarbeit, dass ihre gesellschaftliche Relevanz nicht obsolet ist. Kunst und Kultur spiegeln, was die Gesellschaft bewegt. Aber wie kann die Gesellschaft motiviert werden, in diesen Spiegel zu schauen? Welche Barrieren bestehen weiter fort? Mit der Hinwendung zu Lernorten konnten Museen integrative Angebote schaffen, aber kaum neue Zielgruppen erschließen. Was können die Gründe dafür sein? Gespräche mit Expert:innen sollen Antworten liefern.

## 4 Expert:inneninterviews

### 4.1 Michael Komorek: Barrieren und Zugänge

Das Interview soll Erkenntnisse über den Alltag und die aktuellen Teilhabemöglichkeiten von Menschen mit Beeinträchtigungen am gesellschaftlichen Leben liefern. Mit Bezug auf das Leitthema der vorliegenden Arbeit wird der Frage nach der Relevanz eines Museumsbesuchs besonders nachgegangen.

**Wir haben seit 2016 eine Rechtsprechung, die Zugänge für Menschen mit Behinderungen gesetzlich vorschreibt. Museen reagieren mit barrierefreien Angeboten darauf. Aber ich frage mich, wer geht eigentlich hin?**

Keiner. Die Erwartung, dass man marginalisierte Zielgruppen so motiviert, dass sie gern ins Museum kommen, kann nicht im Mu-

useum stattfinden. Sie muss woanders stattfinden. Es geht gar nicht anders, denn die Kunden sind nicht da [im Museum]. Man geht immer davon aus, dass die, die sich interessieren, auch kommen. Ein inklusiver Gedanke wäre die Frage: **Wie schaffe ich Interesse für alle?**

#### Michael Komorek

ist Professor für Inklusion an der Evangelischen Hochschule Berlin. Dort unterrichtet er Soziale Arbeit. Das Gespräch mit ihm wurde am 11.9.2020 in Berlin geführt.

#### Wie lernen Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen?

Ein Mensch mit einer geistigen Beeinträchtigung lernt wie jeder andere Mensch auch: durch Wiederholung, durch Lust am Lernen und durch das Fokussieren.

Bei Menschen mit starken Beeinträchtigungen geht es nicht über das Lesen. Das geht beispielsweise über das Ertasten. Oder basal stimuliert. Wenn man ein Buch hat und dann mal guckt, wie schwer sind heute Bücher und wie schwer waren sie früher. Das ist ein ganz anderes Erleben. Der Kontext kann der gleiche sein, sprich: der Gegenstand ist der gleiche. **Das Lernen am gemeinsamen Gegenstand.** Ich brauche nur ein Objekt. Ich eröffne aber verschiedene Perspektiven zu diesem Objekt. Das Gewicht eines Buches kann für einen Menschen mit einer geistigen Beeinträchtigung total spannend sein. »Krass! Und damit sind sie früher durch die Gegend gelaufen. Und heute sind 10.000 Bücher in so 'nem Handy drin und es wiegt nichts. Man kann sogar noch ein Buch dazuladen und es wird nicht schwerer.« Das kann auch für Kinder sehr spannend sein.

#### Leichte Sprache ist im Museumskontext eine echte Herausforderung, weil sich nicht jeder Inhalt damit vermitteln lässt.

Leichte Sprache ist kein Prediktor für barrierefreie Kommunikation in einem Museum, sondern es geht um das Erleben. **Über verschiedene Zugänge Erleben schaffen.** Das ist das Ziel. Sprache ist ein Zugang, Visualisierung ist ein Zugang, auditive Reize, olfaktorische, gustatorische, taktile Reizzugänge, propriozeptive<sup>48</sup> Reizzugänge. Und dazu eine Semantik, die leicht gehalten ist, damit sie für Kinder ebenso ansprechend ist wie für den sogenannten Durchschnittsmuseumsbesucher. Aber vielleicht auch für

Menschen mit einer leichten kognitiven Beeinträchtigung oder für ältere Menschen.

#### Wie relevant ist für Menschen, die einen stark erschwerten Zugang zu Museumsinhalten haben, ein Museumsbesuch? Haben sie überhaupt Interesse?

Je höher der Grad der Beeinträchtigung, umso geringer eine intrinsisch formulierte Motivation. Das hat gar nichts mit einem Museumsbesuch an sich zu tun. Das hat etwas mit Erfahrungskontexten zu tun.

Wer in einer Einrichtung untergebracht ist, wo alles institutionalisiert ist, sogar das intimste Leben, und gefragt wird: »Mensch, worauf hast denn du mal Lust?«, der antwortet in aller Regel folgendes: »Weiß nicht.« oder »Ist egal.« Und dann kommt die nächste Frage: »Ja, wir könnten doch mal rausgehen, Eis essen oder spazieren oder ins Kino.« Die Reaktion ist dann meist: **»Ah ja, Eis essen.«** Also entweder wird gewählt, was zuerst genannt worden ist, oder etwas, das aufgrund bereits gemachter Erfahrung mit positiven Eigenschaften verbunden ist. Dafür entsteht eine Motivation. **Die meisten Menschen mit hohen Beeinträchtigungen waren nie in einem Museum. Und wenn Betreuer:innen nicht als Fokus haben, Kulturgut zu vermitteln, ist es kein Thema.**

#### Wie kann es gelingen, Menschen mit Beeinträchtigungen für ein Museum zu interessieren?

Der Zugang zu dieser Zielgruppe ist nicht im Museum zu realisieren, sondern außerhalb. Es bedarf eines Produktes, das man einer Einrichtung mitgeben kann. **Die Barriere liegt nicht im Museums-**

**gebäude, denn die Menschen kommen gar nicht dorthin.** Das trifft für Kitas genauso zu wie für älter werdende Menschen, die vielleicht nicht mehr so gut laufen können. Was haben sie davon, wenn der Museumseingang stufenlos zugänglich ist, wenn aber kein Verkehrsmittel, das sie dorthin bringt, barrierefrei ist? Haben Sie einmal versucht, mit dem Rollstuhl durch Berlin zu kommen? Es ist die Hölle.

#### Gibt es eine Blindenschrift, die so sehr verbreitet ist, dass sie für eine große Gruppe eingesetzt werden sollte?

Was heißt verbreitet? **Braille-Schrift ist für diejenigen Menschen die Hauptkommunikationsart, die von Geburt an erblindet sind.** Von allen Menschen mit Sehbeeinträchtigungen sind diejenigen mit Erblindung von Geburt an **weniger als 2 %**. Alle anderen erwerben die Sehschwäche. Das heißt, für alle, die in ihrem Leben Schriftsprache gelernt haben, kommt Braille-Schrift nicht mehr in Frage. Sie nutzen Adaptionssysteme, beispielsweise einen Laptop, der vorliest. Oder sie nutzen die Tastatur, weil sie bereits gelernt haben, wo sich die Buchstaben befinden.

#### Sie nutzen taktile Systeme gar nicht, sondern gehen direkt in Audiosysteme?

Ja. Weil es viel schneller und leichter ist. Braille-Schrift... Ich würde versuchen, andere Wege zu finden. Es ist immer das Offensichtliche, das Naheliegende: aha, blinde Menschen, also Braille-Schrift. Ihre Phonetik ist so schön. Warum machen Sie kein Hörbuch aus Ihrer Thesis?

Wo fängt die Barriere wirklich an? Bin ich überhaupt im Museum verortet oder bin ich vielleicht ganz woanders?

Nicht die Barriere im Haus ist die Inklusionsbarriere, sondern die, die den Zugang von Beginn an determiniert. Was ist die Willkommenskultur des Hauses? **Die Willkommenskultur eines Museums setzt nicht im Museum an. Sie setzt da an, wo Menschen sich fragen: Was könnte ich heute tun?**

Schauen wir auf junge Menschen: Natürlich hat die junge Generation auch Interesse an haptischen Dingen, die man erleben kann. Die Frage ist aber der Zugang. »Wie komme ich irgendwann mal auf das Interesse, in ein Museum zu gehen?« Das muss vorher getriggert sein. Ein Sechzehnjähriger, der läuft vorbei am Neuen Museum und denkt sich, schönes Haus. Punkt. »Da mal reingehen? Um Gottes willen! Wie altbacken ist das denn? Über Virtual Reality kann ich mir das im Internet ansehen. Da weiß ich doch schon, was drin ist. Brauch ich nicht extra noch reinzugehen.« Er braucht eine Grundmotivation. Und die muss generiert werden.

**Wer nicht ins Museum kommen kann, dem könnte man das Museum nach Hause bringen – digital oder als Päckchen.**

Ja, das ist entweder der digitale Weg. Oder ich nutze die Logik eines Schneeballsystems und suche Kooperationspartner. Ich muss nicht zu jedem ins Haus, wenn ich weiß, dass ein Partner da ist, der Zugang zu 30.000 Haushalten hat. Das heißt aber auch, dass die Multiplikator:innen sensibilisiert werden müssen für diesen Sachverhalt. Fachkräfte müssen ein Gefühl dafür haben, dass Kultur relevant ist. **Erzieher:innen in der Kita, Sozialarbeiter:innen in der offenen Jugend-**

**sozialarbeit, Sozialpädagog:innen in der Eingliederungshilfe, alle brauchen ein Gefühl davon: Kulturobjekte, die im Museum zu sehen sind, haben einen Vermittlungsgegenstand. Das macht was mit unseren Klient:innen und es ist wichtig, dass sie davon erfahren. Wissensaneignung ist abgedeckt über Wikipedia und Google. Dafür braucht man kein Museum mehr. Es geht um den Erfahrungsschatz, der sich erweitern soll. Dafür braucht man ein Museum.**

**Ich habe hier eine Grafik zur Inklusion. Sie wurde veröffentlicht von einem Autor, der zum universellen Design des Lernens publiziert.**

Eine sehr schöne Illustration [zeigt auf 3]. Wenn man dieses Verständnis von Menschsein hat, braucht man keinen Verweis auf eine Schwerbehindertenstatistik, weil es um den Zaun geht und nicht um ›klein‹, ›mittel‹, ›farbig‹... Jetzt könnte man noch ganz viele Aspekte mit reinnehmen, aber es geht gar nicht um die Zielgruppen, sondern es geht um die **Rahmenbedingungen, die eine Teilhabe von Beginn an ermöglichen. Das ist die Inklusionsperspektive.** Ich bin für Inklusion und ich schätze, dass man für marginalisierte oder besonders vulnerable Zielgruppen etwas Besonderes entwickelt, damit sie sich eingeschlossen fühlen. Aber nein. Sie wollen das gar nicht. **Sie wollen, dass die Umwelt so ist, dass sie von grundauf einfach teilhaben können.**



Abbildung 23 / Barrieren / Copyright scarecroe Jul

#### 4.2 Jana Höftmann-Leben: Sprache und Gestaltung

Das zweite Gespräch vertieft die praktische Umsetzung von barrierefreiem Grafikdesign. Welche Anforderungen muss ein barrierefreies Kommunikationsprodukt erfüllen? Und wie erreicht es seine Kund:innen?

**Wie unterscheidet sich Leichte Sprache von Einfacher Sprache?** Leichte Sprache wird mit der Zielgruppe geprüft. Einfache Sprache erfordert dies nicht zwingend.

Die **Leichte Sprache** hat ein stark vereinfachtes Sprachniveau und sehr kurze Sätze. Orientiert am gemeinsamen europäischen Referenzrahmen hat das **A1-Sprachniveau** einen Wortschatz von ca. **500 deutschen gebräuchlichen Wörtern**. Daher eignet sich nicht jeder Text, um ihn auf A1-Sprachniveau zu übersetzen. Verbote oder eine Hausordnung kann man sehr gut übersetzen: »Rauchen ist verboten«, »Alkohol ist verboten«. Das ist nicht immer höflich und ansprechend formuliert, aber in manchen Kontexten, beispielsweise einer Brandschutzordnung, funktioniert es gut. Das **A2-Sprachniveau** liegt mit einem Sprachschatz von ca. **1.000 Wörtern** etwas höher. Die **Einfache Sprache** entspricht ungefähr dem **B1-Wortschatz** mit ca. **2.000 Wörtern**, also dem Sprachniveau einfacher Zeitungen, Zeitschriften oder Werbeblättchen.

**Leichte oder Einfache Sprache ist keine Kindersprache.** Texte in Leichter Sprache unterscheiden sich inhaltlich von Texten für Kinder. Es geht um andere Themen, wie die eigene Wohnung, Sexualität. Texte für Kinder können auch vom typischen Satzbau Subjekt-Prädikat-Objekt abweichen. Sie sprechen die Kinder in der

Du-Form an. In der Leichten Sprache wird häufiger die Sie-Form genutzt.

**Ist es richtig, dass die Einfache Sprache eher auf Menschen mit Migrationshintergrund abzielt und weniger auf Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen?**

Ja, das kann man so sagen. Menschen mit Migrationshintergrund sprechen u. U. mehrere Sprachen und können sich relativ schnell mit einem begrenzten Wortschatz Sätze in einer fremden Sprache erschließen. Häufig fällt auf, dass die gebräuchlichen Wörter nicht das Problem sind, sondern dass Inhalte falsch verstanden werden. Ein Elternbrief, wo von den Noten 1 bis 6 gesprochen wird, kann zu Verständnisfragen führen: »Wieso? Wir haben doch die Noten 1 bis 10 und 10 ist doch die Beste?« Solche speziellen Fälle stellen wir nur in einer Prüfgruppe fest. Für mich ist die Prüfgruppe das, was in der Werbung der Pretest ist.

**Häufig werden Bilder als schmückendes Beiwerk genutzt und kaum, um den Text zu stützen. Dabei prägt sich ein erklärendes Bild für jeden viel einfacher ein. Kennen Sie gute Beispiele, wo Abbildungen den Text so unterstützen, dass die Leser:innen einen Mehrwert davon haben?**

In der Leichten Sprache war

**Jana Höftmann-Leben** ist Leiterin von ›capito‹, einem Büro für barrierefreie Kommunikation des Berliner Sozialdienstleisters ›die reha e.v.‹. Das Gespräch wurde am 29.9.2020 in Berlin geführt.

es bisher so, dass alle die gleichen Bilder für einen anderen Kontext verwenden. Aber **Studien belegen, dass Leser:innen bereits an dem Medium erkennen möchten, worum es geht.** Ist das eine Hausordnung? Ist es ein Gesetzestext? Dann wird auch eine entsprechende Gestaltung erwartet.

Manchmal funktioniert es gar nicht ohne Bild. Wir haben beispielsweise für Special Olympics Deutschland – eine Sportorganisation für Menschen mit geistiger Behinderung – Regelwerke für den Sport entwickelt. Wie soll ich ein Badminton-Feld erklären ohne **Erklärbilder zum Text.** »So müssen Sie den Aufschlag beim Badminton machen.« Die Information kann nicht verstanden werden, wenn die Bewegungsabläufe nicht bebildert sind. Das können Fotomontagen oder individuelle Handzeichnungen sein. **Bilder sind oft genauso wichtig wie der Text, um spezielle Sachverhalte zu erklären. Leichte Sprache ist visuelle Kommunikation.** Wir verwenden selten Schmuckbilder. Vielleicht, wenn wir zu einem Fest einladen und die Kund:innen Lust bekommen sollen, mitzumachen. Dann kann das schmückende Bild eine Atmosphäre oder Gemeinschaft vermitteln.

Für die Leichte Sprache gibt es ein europaweit eingeführtes Label, das Buch mit dem lächelnden Daumen. Ich finde das diskriminierend, weil das Label diejenigen kategorisiert, die es anders nicht verstehen. Ich frage mich, ob man solche Labels nicht einfach weglässt und mit Hierarchien arbeitet, die gleichzeitig verschiedene Sprachniveaus bedienen. Die Einfache Sprache weithin sichtbar und in zweiter Ebene vertiefender Text in kleinerer Schrift, so würde man niemanden mit einem Label vorführen. Ich finde, das ist genau die richtige Herangehensweise. Ich finde es

überfordernd, wenn mehrere Varianten zur Auswahl stehen, kurz, sehr kurz, noch kürzer oder lang. **Wenn jeder die Auswahlmöglichkeit hat und selbst entscheiden kann, »ich breche jetzt ab«, finde ich das goldrichtig.**

**Welche Sprachform würden Sie für den öffentlichen Raum empfehlen?**

Ich empfehle immer die Einfache Sprache. Der Telekom-Mediareceiver hat eine Anleitung, die ungefähr einem B1-Sprachniveau entspricht. Aber sie ist für alle gemacht und es steht nicht »Einfache Sprache« drauf. Ich finde es super, wenn man das hinbekommt. Alternativ funktioniert auch eine Zusammenfassung. **Man kann unter dem Gesamttext in wenigen kurzen Sätzen noch einmal die gesamte Thematik leicht verständlich zusammenfassen, ohne dass das gelabelt ist.**

**Kennen Sie »Mischbeispiele«, wo Einfache Sprache in der ersten Hierarchieebene untergebracht ist und deshalb eine separate Ansprache für die Zielgruppe entfallen kann?**

Es gibt ein Heft »Leichte Sprache – Kein Regelwerk«. Es spricht von **Angemessenheitsfaktoren in der Leichten Sprache** und hat am **Anfang des Kapitels eine Zusammenfassung.** »Nervenkrankheiten in der Nazi-Zeit«, das Thema in Einfacher Sprache auf den Punkt zu bringen, würde sehr plump wirken. Deshalb wird eine beschreibende Sprache verwendet, die auch manchmal drumherum redet, weil der Inhalt so hart ist. »Leute kamen in graue Busse und wurden dann nacheinander ermordet.« – Menschen mit psychischen Erkrankungen würden regelrecht umfallen, müssten

sie so einen kurzen, harten Satz lesen. Man muss genau den richtigen Ton finden, sowohl für das Thema als auch für die Zielgruppe. Hier – ein Begleitbuch in Leichter Sprache – mit einem Umfang von 80 Seiten. Jemand mit einer Leseschwäche oder Lernbehinderung kann nicht 80 Seiten am Stück lesen, sondern liest nur Teile daraus. Dafür braucht er vor allem eine gute Orientierung – ein gutes Leitsystem oder ein Inhaltsverzeichnis.

**Ich finde schade, dass da überhaupt draufsteht »In Leichter Sprache«. Auch ältere Menschen finden einfache Sätze und große Schrift viel angenehmer. Die sind sicher in der Lage, das Heft komplett durchzublättern.**

Ja, das hängt natürlich mit dem Auftraggeber zusammen. Er möchte mehr, mehr, mehr Inhalte. Er selbst hat zu dem Hintergrund ganze Arbeiten geschrieben und wir verkürzen das auf zwei Seiten. Einer-

seits ist es ein Deckmantel für viele, die sagen: »Wir haben hier Material, könnt ihr das aufbereiten in Leichter Sprache?« Sie könnten auch sagen: »Macht 'ne gute Redaktion und schreibt das etwas flüssiger und in einem einheitlichen Sprachrhythmus.«

**Ich möchte gern, dass Labels in einer Ausstellungsvitrine nicht aussagen, welcher Text für wen gemacht ist, sondern dass alles für alle ist.**

Dann würde ich ein **Redaktionshandbuch entwickeln und Textstandards festlegen für verständliche Ausstellungstexte, die alle Zielgruppen gleichermaßen ansprechen.** Einige Beispiele: Kein Satz länger als 20 Wörter, immer Haupt- und Nebensatz, keine Schachtelsätze, Festlegen welche Wörter laut DWDS-Duden [Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache] derzeit die gebräuchlicheren sind: Nehme ich das Wort »organisieren« oder »planen«? Gehen

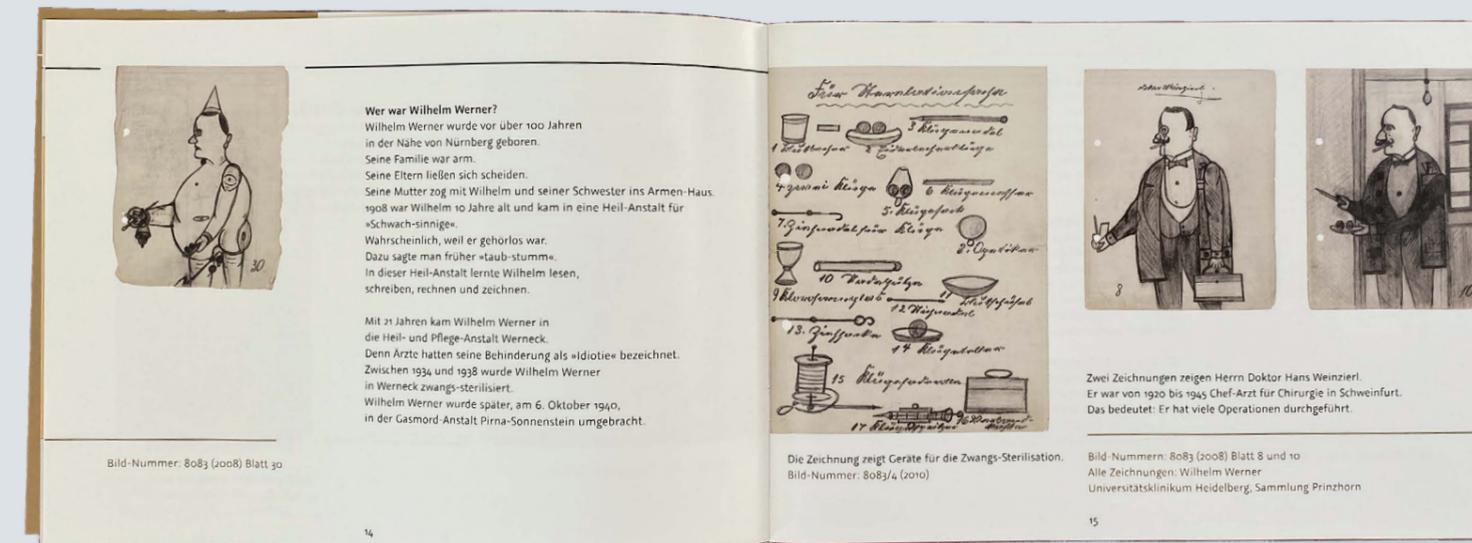


Abbildung 24  
Begleitbuch »fasst  
verfolgt vernichtet.  
Kranke und behinderte  
Menschen im National-  
sozialismus« zur gleich-  
namigen Wanderaus-  
stellung (2014–2020)

auch zwei Hauptsätze? Füge ich mehr als drei Fremdwörter pro Doppelseite ein? Wenn ein Fremdwort im Kontext wichtig ist, dann nehme ich das, aber mehr nicht.

Oder ich verfolge zwei Konzepte zum Kennenlernen der Ausstellung: »Wie lernen Sie 20 Exponate in 90 Minuten kennen?« und »Nehmen Sie sich ausführlich Zeit!« Ich finde gut, wenn ich in kurzer Zeit viel erfahren kann und wenn mir ohne Schwere, sondern mit Leichtigkeit ein Thema nahe gebracht wird. Ich möchte mich ja auch unterhalten fühlen und nicht jedesmal denken, ich muss mich in ein neues Thema reinarbeiten.

Ich würde damit werben, **ein schwieriges Thema auf eine leichte Art und Weise, auf eine unterhaltsame Weise zu vermitteln**. Und das eben für Jugendliche, die sich nur kurz konzentrieren können oder wollen, bis zu alten Menschen, die nicht mehr so lange stehen oder so gut sehen können.

#### Wie bereiten Sie Lesetext für Ihre Kund:innen grafisch auf?

Die Grafiklehren sauber einhalten, **nicht zu viele Absatzformate benutzen, klare Hierarchien festlegen** und – richtig wichtig – **Leserichtung und Lesereihenfolge von links oben nach rechts unten anordnen**, das ist verdammt wichtig bei barrierefreier Gestaltung. Nicht mittendrin ein Bild mit einer separaten Textunterschrift setzen, wie häufig bei einem Newsletter. Das stört den Lesefluss, weil man aus dem eigentlichen Text herausgerissen wird. **Einspaltigkeit ist gut. Linksbündigkeit ist gut**. Was ja nicht unbedingt ein unästhetisches Ergebnis werden muss, weil dieser Gestaltungsansatz für Ruhe sorgt. Die Zahl der älter werdenden Menschen steigt und die sind auch froh über einen einfacheren Zugang.

**Keine Serifenschrift**, die die Buchstaben zum Wort verbindet, sondern serifenlose Schriften, damit Buchstabe für Buchstabe gelesen werden kann.

#### Ihre Druckprodukte haben fast immer ein DIN A4-Querformat. Hat das einen bestimmten Grund?

Ja. **Leichte Sprache benötigt große Schrift und viel Platz dazwischen** – ähnlich wie bei einem Text für Erstleser. Wir haben eine Mindestbreite von 21 cm festgelegt. Das kann ein DIN A4-Format oder ein Quadrat sein. Querformate bieten sich an, wenn neben dem Text noch Bildmaterial ergänzt wird.

#### Ich hatte vor, meine Thesis mit der Braille-Schrift zu überprägen.

#### Digitale Bedienhilfen lösen die Braille-Schrift immer stärker ab.

Ganz selten wird sie noch benutzt, z. B. bei Wahlunterlagen. Aber die Prägung drückt sich aus und wird flach. Die meisten haben ihre Bedienhilfen auf dem Handy oder an ihren Computern. Blinde Menschen hören sich Texte in vier- bis fünffacher Geschwindigkeit an. Wer es möchte, hat auch eine Braille-Zeile am Computer. Das sind ganz wenige und die entscheiden sich genauso wie wir. Wollen wir jetzt einen Podcast hören? Wollen wir etwas sehen? Wollen wir etwas lesen? Blinde Menschen treffen dieselben Entscheidungen. Lasse ich mir den Text vorlesen? Oder nutze ich die mechanische Braille-Zeile und lese? Papier wird immer seltener eingesetzt. Es muss ja auch gefunden werden. Ein Beispiel: Eine Braille-geprägte Druckausgabe liegt auf einer Messe aus. Woher weiß der blinde Mensch, dass diese Broschüre dort liegt?

#### Was benötigen Ihre Kund:innen jenseits stufenloser Eingänge in einem öffentlichen Gebäude?

**Gute Orientierungssysteme**. Wer will, soll in einer Ausstellung nichts verpassen. Aber es hilft ungemein, eine Lesereihenfolge für das Verständnis festzulegen. Das schadet niemandem.

**Einheitliche Bezeichnungen**. Nicht mal »Foyer« und mal »Eingangshalle« schreiben.

**Starke Kontraste, bevorzugt Schwarz auf Weiß**. Den Farbkontrast messen wir mit dem Color Contrast Analyzer. Wenn ein Auftraggeber mit seinem Corporate Design kommt, das mit Rot auf Weiß arbeitet, schauen wir, wie gesättigt das Rot ist. Der Analyzer sagt beispielsweise aus: »Passt für 80 % der Menschen«. In diesem Fall kann das Rot verwendet werden. Ein Hellrot kann für Rot-Grün-Blinde schwierig werden, so dass vielleicht 50 % damit nicht klar kommen. **Einer Statistik zufolge haben allein 8 % der Männer eine Rot-Grün-Schwäche**.

#### Wie sprechen Sie Ihre Kund:innen an, wenn Sie mit ihnen eine Ausstellung besuchen möchten?

Wir beschreiben ganz genau, was sie erwartet. Findet die Veranstaltung draußen im Freien oder in einem Innenraum statt? Wir teilen genau mit, wie lange die Tour dauert. Die Länge einer Ausstellungsführung ist für viele eine Hemmschwelle. Muss ich dreimal durch die Stadt fahren? Wie lang ist der Weg dahin? Begleitet mich jemand? Oder: wir legen einen klassischen Treffpunkt fest, die Weltzeituhr am Alexanderplatz. Von dort aus fahren wir gemeinsam irgendwo hin. **Finanzen sind eine Barriere** für viele unserer Kunden. Wir suchen kostengünstige Ausflugsmöglichkeiten.

#### Wie erreichen Sie die Kund:innen?

Auf verschiedenen Wegen. Zum einen haben wir zu Workshops eingeladen. Dort haben die Kunden eingewilligt, dass wir sie weiter informieren dürfen. Diese Kunden haben wir **per E-Mail** angesprochen mit einem einseitig gestalteten Exposé in Leichter Sprache. Wir haben auch deren Betreuer:innen angesprochen.

#### Ist eine größere Gruppe Ihrer Kund:innen in der Lage, eine Mail selbst zu lesen und den PDF-Anhang herunterzuladen?

Ich denke, die meisten lesen ihre Mails auf dem Handy. Dort kriegen sie den Anhang auch geöffnet. Manche PDF-Anhänge erscheinen ja schon offen. Grundsätzlich versuche ich es über mehrere Wege. Ich schreibe auch die Betreuer:innen an und bitte sie, die Kunden darauf hinzuweisen oder das Exposé auszudrucken und in der Wohngemeinschaft an die Pinnwand zu hängen.

**Wer denkt, dass Menschen mit geistigen Behinderungen, die vielleicht schlecht lesen können, nicht ins Internet gehen, liegt falsch**. Auf dem Smartphone werden Icons sehr schnell gelernt.

Früher kannten unsere Kunden das Icon »WC«. Heute wissen alle, was WLAN bedeutet, wie das Bluetooth-Symbol aussieht, Lauter- und Leiser-Buttons, auch WhatsApp. Die Angebote werden erkannt und genutzt. Die Kunden lassen sich vorlesen oder sie verschicken Sprachnachrichten. Das Handy ist für Menschen, die verschiedene Barrieren haben, ganz hervorragend.

**Ich möchte die Willkommenskultur des Museums verschieben.**

**Wenn ich den Menschen das Museum nach Hause bringen würde, welches Medium würden Sie empfehlen?**

Ich finde Postkarten gut.

#### 4.3 Zwischenfazit

Die Interviews werfen eine neue, eine ganz zentrale Frage auf: Wo beginnt die Willkommenskultur eines Museums?

Während sich Museen mit der Schaffung barrierefreier Angebote um eine Öffnung für neue Zielgruppen bemühen, scheinen genau diese Gruppen im Museum nicht präsent zu sein, so Michael Komorek (vgl. S. 42, Abs. 2). Die Erkenntnis ist ernüchternd. Einerseits ist Barrierefreiheit gesetzlich verankert und Museen haben Vermittlungsformate entwickelt, die diesen Ansprüchen gerecht werden. Mit der Absicht, breitere Bevölkerungsschichten für die Nutzung kultureller Angebote zu gewinnen, werden immer mehr Steuergelder investiert. Andererseits bleibt die Nutzer:innengruppe trotz aller Bemühungen weitgehend konstant. Damit tritt eine gegenteilige Wirkung ein: die Gerechtigkeitslücke wird verstärkt, weil die wenigen – zumeist finanziell besser ausgestatteten – von immer mehr steuerfinanzierten Angeboten profitieren. Es scheint offensichtlich, dass systemische Barrieren nicht allein im Museum zu suchen sind. Barrieren bestehen bereits vorher und können beseitigt werden durch

**eine Verschiebung der Willkommenskultur,**

und zwar weg vom Museumsort hin zum Menschen. Wenn das gelingt, kann

**eine Museumspräsentation, die viele Menschen anspricht, aber niemanden aufgrund geringerer Möglichkeiten oder Fähigkeiten vorführt,**

ein erster Schritt zur Öffnung des »verlässlichen Kerns der Vielnutzer« werden (vgl. S. 40, Abs. 1).

Die Lösung zur Schaffung einer gerechten Präsentationskultur lässt sich also in zwei Teilschritten erarbeiten. Damit diese Schritte anhand eines konkreten Beispiels exemplarisch dargestellt werden können, soll ein Blick in die gängige Gestaltungspraxis Aufschluss darüber geben, wie gestaltet werden muss, damit Grafikdesign seine Stärken in die Entwicklung barrierefreier Kommunikationsprodukte einbringen kann.

Zunächst werden zwei Kernelemente der grafischen Gestaltung betrachtet: **Typografie** und **Layout**. Weil auch **Text** essentieller Bestandteil der visuellen Kommunikation ist, werden anschließend Möglichkeiten einer inhaltlichen und sprachlichen Textaufbereitung erörtert. Abschließend wird dargestellt, was im **Herstellungsprozess** zu beachten ist.



# 5 Typografie

Wenn Menschen schlecht lesen können, kann das verschiedene Ursachen haben. Zum einen können kognitive Beeinträchtigungen die Lesefähigkeit vermindern. Eine weitere Ursache kann mangelnde Sehfähigkeit sein. Gutes Sehen variiert aufgrund des Lebensalters der Menschen, aber auch aufgrund von angeborenen oder erworbenen Sehbeeinträchtigungen. »In Deutschland leben nach WHO-Zahlen rund eine Million sehbehinderte Menschen, die selbst mit Sehhilfen über weniger als 30 Prozent des normalen Sehvermögens verfügen. Im Zuge der demografischen Alterung wird die Zahl derer, die nur noch über ein eingeschränktes Sehvermögen verfügen, weiter wachsen.«<sup>49</sup>

## 5.1 DIN 1450 Schriften – Leserlichkeit

Das Deutsche Institut für Normung e. V. legte im Jahr 1993 die DIN 1450 auf, um leserliche Schriftdarstellung im öffentlichen Raum zu beschreiben. Der demografische Wandel und die Bedürfnisse sehbehinderter Menschen veranlassten den Arbeitsausschuss »Schriften« des Instituts zu einer Neuauflage der DIN, die 2013 veröffentlicht wurde. »Mit dieser Überarbeitung wurde sie ergänzt um Angaben zur Leserlichkeit von Texten in Büchern, Magazinen und Zeitungen.«<sup>50</sup> Dabei hat der Ausschuss eine durchschnittliche Sehschärfe von 70 % zugrunde gelegt.

## 5.2 Untersuchung des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes (DBSV)

Auf Basis der novellierten DIN 1450 wurde unter Führung des DBSV und Mitwirkung von Kommunikationsdesigner:innen in einer zweijährigen Untersuchung herausgearbeitet, wie Typografie sowohl gut lesbar als auch ästhetisch dargestellt werden kann. Die Ergebnisse

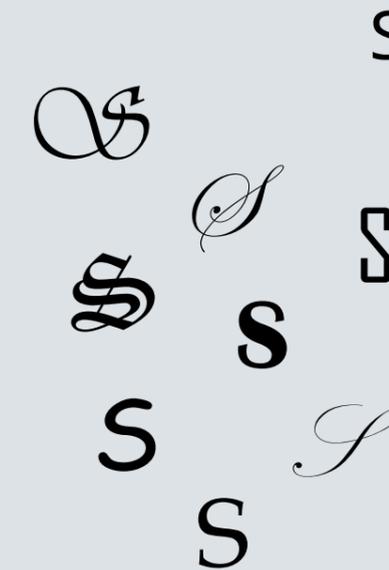


Abbildung 25  
»S« in leicht und schwer lesbaren  
Schriftarten

wurden im Jahr 2017 auf der Online-Plattform [leserlich.info](http://leserlich.info)<sup>51</sup> veröffentlicht. Ein Schriftgrößen- und ein Farbkontrastrechner geben Empfehlungen für eine optimale Schriftdarstellung bei verschiedenen Sehstärken. Im Folgenden wird auf diejenigen typografischen Faktoren eingegangen, die in der auf Zielgruppen mit gutem Seh- und Lesevermögen ausgerichteten Gestaltungspraxis kaum Berücksichtigung finden.

### 5.2.1 Erkennbarkeit

Bevor man einen Buchstaben erkennen kann, muss man ihn gelernt haben. Die Form jedes Buchstabens folgt einer festgelegten Konvention. Links ist ein »S« mit seinem charakteristischen Doppelschwung dargestellt. Er hilft vor allem Leseanfänger:innen, den Buchstaben leicht zu erkennen. Links sind weitere »S« dargestellt, in denen die formalen Konventionen frei interpretiert wurden. Das kann die Zuordnung zum oben dargestellten »S« so sehr erschweren, dass sie nur von erfahrenen Leser:innen getroffen werden kann. Je stärker ein Buchstabe der festgelegten Formenkonvention entspricht, umso leichter kann er erkannt und zugeordnet werden.

Menschen mit geringem Lesevermögen erfassen Texte nicht in Augensprüngen (vgl. S. 60) sondern sie lesen Buschstabe für Buchstabe. Daher sollten grundsätzlich serifenlose Schriften verwendet werden, so auch Jana Höftmann-Leben (vgl. S. 48). Routinierter Leser:innen hingegen helfen Serifen beim schnellen Erfassen mehrerer Zeichen.

**Keine Serifen:  
Gut für Leseanfänger:innen**

**Serifen:  
Gut für routinierte Leser:innen**

### 5.2.2 Offenheit

Je offener die Zeichenformen gestaltet sind, umso besser können Buchstaben erkannt werden. Das gilt vor allem bei ungünstigen Sichtverhältnissen, beispielsweise hinter einer regennassen Glasscheibe oder bei geringer Ausleuchtung eines Raumes.

Offenheit

**Offenheit**

Offenheit

**Offenheit**

Offenheit

**Offenheit**

wenig geöffnete Zeichenform  
am Beispiel der Futura Book

leicht geöffnete Zeichenform  
am Beispiel der Calibri Regular

weit geöffnete Zeichenform  
am Beispiel der Noto Sans  
Regular

Abbildung 26  
Offenheit von Buchstaben

Häufig  
verwendet im  
Grafikdesign, aber  
kein Design  
für alle

auslaufende Haarstriche und  
unregelmäßige Strichstärken  
am Beispiel der Garamont Regular

auslaufende Haarstriche  
am Beispiel der Noto Serif Regular

gerade auslaufende Buchstaben  
am Beispiel der Noto Sans  
SemiCondensed

Abbildung 27  
Strichstärkenkontrast

### 5.2.3 Strichstärkenkontrast

Je gleichmäßiger die Strichstärken der Buchstaben gestaltet sind, umso einfacher können sie erkannt werden. Das Beispiel simuliert, wie schwer eine Serifenschrift bei schwachen Kontrasten zu erkennen ist.

Strichstärke

Strichstärke

Strichstärke

Strichstärke

Strichstärke

Strichstärke

### 5.2.4 Unterscheidbarkeit von Zeichen im Vergleich verschiedener Schriftarten

Um einen Buchstaben zu erkennen, fokussiert das Auge zuerst auf den oberen Bereich. Es ist einfacher, einen Buchstaben zuzuordnen, wenn er sich deutlich von anderen Buchstaben unterscheidet.

Innerhalb streng geometrisch konstruierter Schriften können Zeichen so starke Ähnlichkeiten aufweisen, dass sie gar nicht mehr zu unterscheiden sind.



**Belle Ile**      Belle Ile

Häufig verwendet im Grafikdesign, aber kein Design für alle

schwierige Zuordnung am Beispiel der Futura Book

leichtere Zuordnung am Beispiel der Noto Sans Regular

leichte Zuordnung am Beispiel der Calibri Regular

keine Zuordnung von ›k und ›k am Beispiel der Gill Regular

Abbildung 28  
Unterscheidbarkeit von Zeichen

Großbuchstaben am Beispiel der Noto Sans Regular

gemischte Schreibweise am Beispiel der Noto Sans Regular

Verwendung von Ligaturen am Beispiel der Noto Sans Regular

Verzicht auf Ligaturen am Beispiel der Noto Sans Regular

Abbildung 29  
Unterscheidbarkeit von Schreibweisen

### 5.2.5 Unterscheidbarkeit von Schreibweisen innerhalb einer Schriftart

Generell unterscheiden sich Großbuchstaben im oberen Bereich weniger stark voneinander als Kleinbuchstaben.

Buchstabenverbindungen, sogenannte Ligaturen, vermindern lt. DSV die Lesbarkeit für Menschen mit eingeschränktem Sehvermögen.



**Pfiffi singt im Moka Efti.**

**Pfiffi singt im Moka Efti.**

Häufig verwendet im Grafikdesign, aber kein Design für alle

### 5.2.6 Schriftgröße

Die Ermittlung der Schriftgröße ergibt sich aus beeinflussbaren und aus individuellen Faktoren. Beeinflussbar sind die Textmenge, der Betrachtungsabstand und, soweit das Leseangebot in einem festgelegten Raum platziert ist, auch das Leseumfeld und die Lichtverhältnisse.

Individuell und daher stark variierend ist der Faktor Sehschärfe. Die Handlungsempfehlungen der DIN 1450 setzen eine durchschnittliche Sehschärfe von 70 % voraus. Ältere oder Menschen mit Sehschwächen können größere Schrift meist besser lesen. Allerdings kann eine zu große Schrift genau das Gegenteil bewirken. Routinierte Leser:innen erfassen einen Text in »Augensprüngen«, den sogenannten Sakkaden. Eine zu groß gedruckte Schrift erschwert die Sakkadensprünge, weil zu wenig Information auf der Netzhaut des Auges abgebildet wird.<sup>52</sup>



Sakkadensprung bei einer Mittellänge von 2,1 mm. Auf der Netzhaut des Auges können mehrere Buchstaben oder Wortgruppen abgebildet werden.

Abbildung 30  
Sakkadensprünge

## Mittellänge einer Schrift

Abbildung 31  
Mittellänge einer Schrift

Der DBSV empfiehlt für Menschen mit Sehschwächen eine Sehschärfe von durchschnittlich 40 bis 50 % vorauszusetzen und bietet einen digitalen Schriftgrößenermittler für häufige Nutzungsszenarien an.<sup>53</sup> Daraus ergeben sich folgende Beispielgrößen für einen Buchtext, der aus ca. 40 cm Abstand gelesen wird:

Sehschärfe von 70 % › Mittellänge von 1,5 mm

Sehschärfe von 60 % › Mittellänge von 1,8 mm

Sehschärfe von 50 % › Mittellänge von 2,1 mm › in dieser Arbeit verwendet

Sehschärfe von 40 % › Mittellänge oder 2,6 mm

Ausgehend von der Mittellänge in mm kann die Schriftgröße in pt ermittelt werden.



Sakkadensprung bei einer Mittellänge von ca. 5,8 mm. Auf der Netzhaut des Auges können nur noch wenige Buchstaben abgebildet werden.

===== Mittellänge 2,1 mm: =====

===== Calibri Regular 13 pt =====

===== Garamont Regular 15 pt =====

===== Noto Sans Regular 11 pt =====

===== Futura Book 14 pt =====

===== Gill Regular 14 pt =====

# 6 Layout

## 6.1 Kontraste

Menschen mit eingeschränktem Seh- oder Wahrnehmungsvermögen können Abbildungen besser erkennen, wenn sich Inhaltsbereiche durch starke Kontraste voneinander unterscheiden. Das betrifft sowohl den Vorder- und Hintergrund des gesamten Layouts als auch die Kontraststärke innerhalb einer Abbildung. Rottöne sind besonders schwer zu erkennen und werden nur unter Beimischung von blauen oder schwarzen Farbanteilen empfohlen. Um bei der Farbwahl Sicherheit zu erlangen, kann die Kontraststärke mit einem digitalen Kontrastrechner des DBSV geprüft werden.<sup>54</sup>

**Zeichenfarbe**  
 Farbsystem CMYK  
 C 0 M 0 Y 0 K 100

**Hintergrundfarbe**  
 Farbsystem CMYK  
 C 6 M 0 Y 0 K 13

**Kontrast** 0,9

Reflexionsgrad der helleren Farbe > 50%

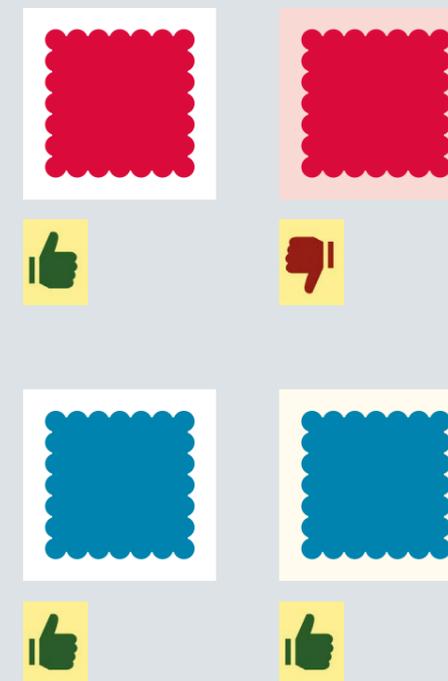
**Beispiel einer Überschrift**

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte.

Abgeschieden wohnen sie in Buchstabenhäusern an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regellalien.

Abbildung 32  
 Kontrastprüfung der Marginalspalte mit schwarzem Text auf hellgrauem Hintergrund. Im unteren Bereich werden die oben eingetragenen Farben simuliert.

Abbildung 33  
 Kontrastbewertung der in der vorliegenden Arbeit verwendeten Hauptfarben Rot – Gelb – Blau



## 6.2 Rot-Grün-Schwäche

Allein 8% aller Männer, so Jana Höftmann-Leben (vgl. S. 49), haben eine Rot-Grün-Schwäche. Geht man davon aus, dass knapp jeder 10. Mensch Schwierigkeiten mit dem Unterscheiden von rot und grün hat, sollte diese Kombination eher vermieden werden.

Die linke Fläche ist rot. Für Menschen mit einer Rot-Grün-Schwäche haben die linke und die mittlere Fläche etwa die gleiche Farbe. Das kann zu einem starken Informationsverlust führen, wie in der unteren Reihe dargestellt ist.

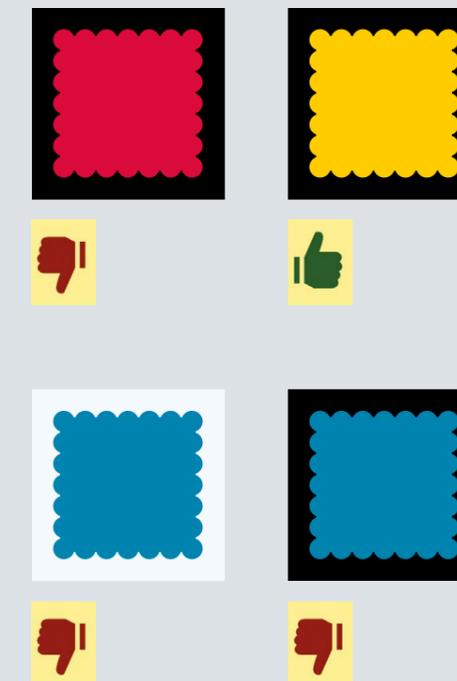
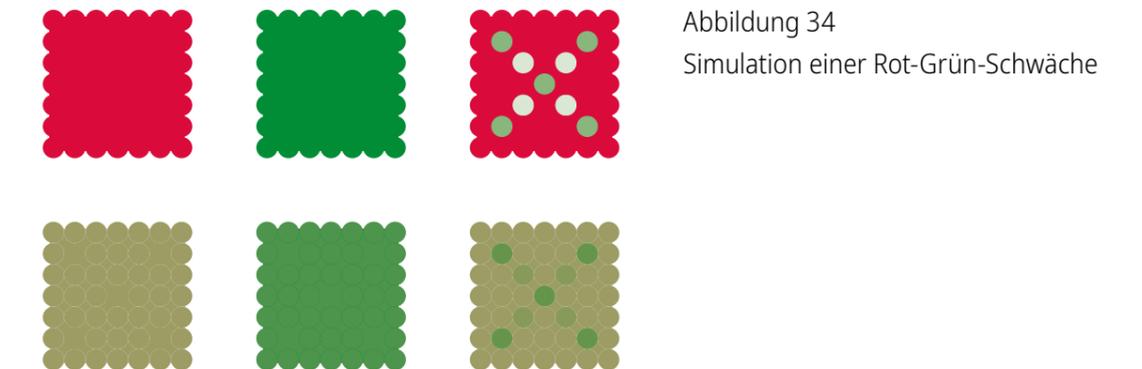


Abbildung 34  
 Simulation einer Rot-Grün-Schwäche

### 6.3 Flächen und Linien

Flächen werden besser erkannt als Linien. Daher sollen Icons, Grafiken und Illustrationen nach Möglichkeit mit Flächen, nicht mit Linien erstellt werden. Sind lineare Darstellungen unvermeidbar, sollte die Strichstärke 1 pt nicht unterschreiten.

### 6.4 Seitenaufteilung

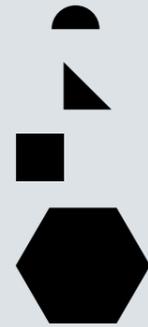
Die Seitenaufteilung sollte aufgeräumt und unkompliziert sein. Klare Hierarchien, wenige Absatz- und Zeichenformate und linksbündiger, einspaltiger Textsatz helfen Menschen mit verringertem Wahrnehmungsvermögen, sich in einem gestalteten Layout gut zurechtzufinden, so Jana Höftmann-Leben (vgl. S. 48). Die vorliegende Arbeit verwendet vier Absatzformate:

# 1. Format: Hauptüberschrift

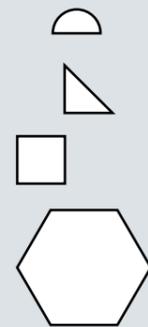
## 2. Format: Zwischenüberschrift Erste Hierarchie

## 3. Format: Zwischenüberschrift Zweite Hierarchie

4. Format: Fließtext, hier mit Gesetzestext aus der deutschen Verfassung simuliert: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Art 1. (1) Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist Verpflichtung aller staatlichen Gewalt. (2) Das Deutsche Volk bekennt sich darum zu unverletzlichen und unveräußerlichen ...



Konturstärke  
1 pt:



Konturstärke  
0,25 pt:

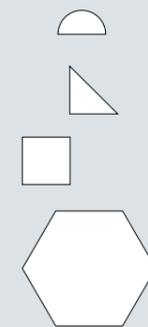
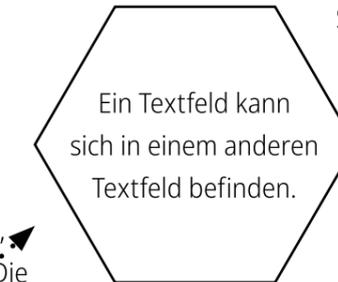


Abbildung 35  
Flächen und Konturen

### 6.5 Typografische Gestaltungselemente

Wenn aus Textelementen typografische Gestaltungselemente werden, hat das häufig einen veränderten Lesefluss zur Folge. So kann ein Text in Bilder oder Formen integriert werden. Er kann seine gerade Laufrichtung verlassen und den Schwung einer Form annehmen. Ein Textfeld kann ein anderes Textfeld umschließen. Das erschwert den Lesefluss auch für routinierte Leser:innen. Unterstützungstechnik wie Screenreadern ist es nicht möglich, solche Texte in ihrer logischen Reihenfolge vorzulesen.

Textsimulation mit Gesetzestext aus der deutschen Verfassung: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Art 1. (1) Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist Verpflichtung aller staatlichen Gewalt. (2) Das Deutsche Volk bekennt sich darum zu unverletzlichen und unveräußerlichen Menschenrechten als Grundlage je des Friedens und nachfolgenden ziehende Gewalt und der menschlichen Gemeinschaft, der Gerechtigkeit in der Welt. (3) Die Grundrechte binden Gesetzgebung, voll- Rechtsprechung als unmittelbar geltendes Recht. Art 2. (1) Jeder hat das Recht auf die freie Entfaltung seiner Persönlichkeit, soweit er nicht die Rechte anderer verletzt und nicht gegen die verfassungsmäßige Ordnung oder das Sittengesetz verstößt. (2) Jeder hat das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit. Die Freiheit der Person ist unverletzlich. In diese Rechte darf nur auf Grund eines Gesetzes eingegriffen werden. Art 3. (1) Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich. (2) Männer und Frauen sind gleichberechtigt. Der Staat fördert die tatsächliche Durchsetzung der ...



Ein Text kann sich in einem farbigen Feld befinden. Dann ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass er zuerst gelesen wird.



## 6.6 Zwischenfazit

Solange Grundregeln des Grafikdesigns wie

- Ordnung
- Klarheit
- Überschaubarkeit
- Kontraste

eingehalten werden, sind gute Voraussetzungen für die Umsetzung inklusiv gestalteter Produkte geschaffen. Doch wie ist es um die Attraktivität solcher Produkte bestellt? Leben sie, oder vielmehr, leben ihre geistigen Mütter und Väter, die Kreativschaffenden, nicht gerade vom Suchen nach dem Besonderen, vom Brechen der Regeln und vom Finden immer neuer Stilstiken, die ein Produkt einzigartig machen und die Betrachter:innen zu immer neuer Auseinandersetzung mit Gestaltung anregen sollen? ›Anregen‹ ist das Stichwort, das Kommunikationsdesigner:innen helfen kann abzuwägen und Gestaltungspraktiken zu überdenken. Die Grenze zwischen ›anregend‹ und ›überfordernd‹ verläuft fließend und wird individuell unterschiedlich empfunden. Ein Produkt für viele kann nur attraktiv sein, wenn es viele anspricht und wenn es von vielen verstanden wird.

Die Betrachtung der gängigen Gestaltungspraxis in Bezug auf barrierefreies Kommunikationsdesign hat gestalterische Auswirkungen auf die vorliegende Arbeit.

Zusammenfassung

- Wenige Absatzformate
- Klare Hierarchien
- Leserichtung und -reihenfolge von links oben nach rechts unten
- Einspaltigkeit
- Linksbündigkeit
- Keine Serifenschrift
- Leichte Sprache benötigt große Schrift und viel Platz dazwischen
- Gute Orientierungssysteme
- Keine Bilder im Text
- Starke Kontraste, bevorzugt Schwarz auf Weiß
- Konturen mit starken Linien
- Flächen sind besser als Konturen

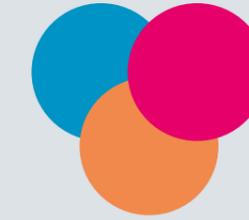


Abbildung 36  
Farbanpassungen

## 6.6.1 Farbgestaltung

Drei auffällige Farben sollen die Orientierung in der Thesis erleichtern.

Eigene ästhetische Vorstellungen

- Farbwahl auf Basis des zentralen Ausstellungsobjektes

Anpassung für breite Zielgruppen

- Farbkorrektur zugunsten stärkerer Kontraste

Anpassung für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen

- Weitere Farbkorrektur (Blau und Rot) entsprechend Kontrastrechner des DBSV

## 6.6.2 Seitengestaltung

### Eigene ästhetische Vorstellungen

- »eleganteres« Hochformat
- vier Textspalten auf einer Doppelseite
- weißer Bildbereich / grauer Textbereich

### Anpassung für größere Zielgruppen

- bessere Wahrnehmung: Querformat mit weißem Textbereich an den prominenten Außenseiten
- bessere Lesbarkeit: Text steht Schwarz auf Weiß
- bessere Orientierung für Screenreader: einspaltiger Fließtext
- besser für Menschen, die sich von Screenreadern vorlesen lassen: »Seite« vor jede Seitenzahl gesetzt / »Abbildung« vor jede Abbildung gesetzt

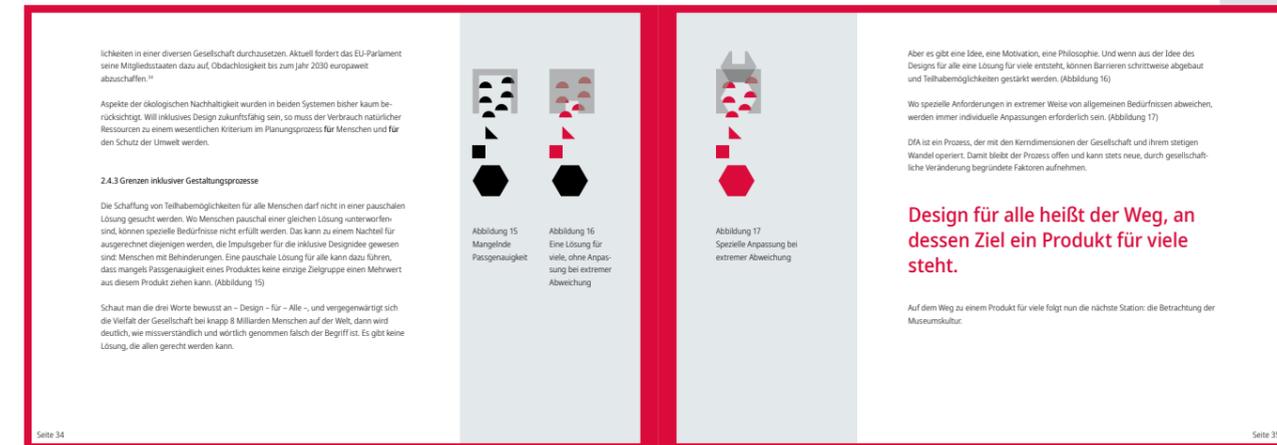


Abbildung 37  
Seitenlayout im Querformat

### Idee für ein nachhaltiges und inklusives Design im Jahr 2021:

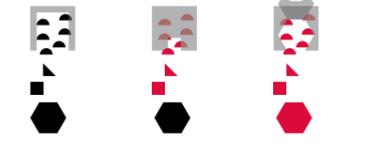
- 1 berücksichtigt Nutzer:innen im gesamten Entwicklungsprozess
- 2 berücksichtigt den Verbrauch natürlicher Ressourcen
- 3 ist technisch nachrüstbar
- 4 ist gebrauchsfreundlich
- 5 passt sich verschiedenen Bedürfnissen an
- 6 ist ästhetisch
- 7 ist marktorientiert

Ziel  
Lösung, die von so vielen Menschen wie möglich benutzt werden kann und die so wenig Ressourcen wie nötig verbraucht

Behindertenrechtskonvention...<sup>11</sup> und listet dann die sieben Prinzipien des US-amerikanischen Modells auf. Auch die Initiative »Bayern barrierefrei« der Bayerischen Staatsregierung schreibt »inklusive Design« als Ziel. »Design für alle« genannt. Denn Produkte, Räume oder Dienstleistungen, die »universell« gestaltet sind, sollen allen Menschen gleichermaßen »dienen.« Betrachtet man die grundlegenden Unterschiede beider Konzepte, führt diese Wortmischung zu einer Unschärfe.

2.4.2 Zeit für eine Neuausrichtung?  
Die Fachdiskussion scheint nicht abgeschlossen zu sein. Um eine möglicherweise irreführende Vermischung zu vermeiden, kann eine zukunftsfähige Lösung der Zusammenführung

der Prinzipien des UD (1997) und der Kriterien des DfA (2004) liegen. Beide haben ihren Ursprung in der Grundmotivation, Diskriminierung von Menschen mit Behinderungen zu mindern und Teilhabemöglichkeiten zu stärken. Die Einbeziehung der Nutzer:innengruppen im Planungsprozess als Alleinstellungsmerkmal des europäischen Modells muss hinterfragt werden. Denn auch ein nach amerikanischen Prinzipien entwickeltes Produkt kann nur erfolgreich am Markt bestehen, wenn es seine künftige Zielgruppe genau im Blick hat. Mit dem Kriterium »Marktorientierung« hat wiederum das im Ursprung sozial ausgerichtete DfA die Marktwirtschaft erreicht, wie das Beispiel des barrierefreien gestalteteten Badezimmers der Fa. Kalkreuth belegt. Beide Systeme



1 Mangelnde Passgenauigkeit als »Nicht«-Lösung

2 Eine Lösung für Viele ohne Anpassung bei extremer Abweichung

3 Spezielle Anpassung bei extremer Abweichung

me laufen Gefahr, neue Barrieren zu schaffen. Gemeint sind finanzielle Barrieren derjenigen Menschen, die sich inklusiv gestaltete Produkte am Markt nicht leisten können. So bleibt es vor allem ein politischer Auftrag, das Recht auf ein menschenwürdiges Leben und aktive Teilhabemöglichkeiten in einer diversen Gesellschaft durchzusetzen. Aktuell fordert das EU-Parlament seine Mitgliedsstaaten dazu auf, »Obedachtlosigkeit bis zum Jahr 2030 europaweit abzuschaffen.«<sup>12</sup> Aspekte der ökologischen Nachhaltigkeit wurden in beiden Systemen bisher kaum berücksichtigt. Will inklusives Design zukunftsfähig sein, so muss der Verbrauch natürlicher Ressourcen zu einem wesentlichen Kriterium im Planungsprozess für Menschen und für den Schutz der Umwelt werden.

2.4.3 Grenzen inklusiver Gestaltungsprozesse  
Die Schaffung von Teilhabemöglichkeiten für alle Menschen darf nicht in einer pauschalen Lösung gesucht werden. Wo Menschen pauschal einer gleichen Lösung unterworfen sind, können spezielle Bedürfnisse nicht erfüllt werden. Das kann zu einem Nachteil für ausgerechnet diejenigen werden, die Impulsgeber für die inklusive Designidee gewesen sind: Menschen mit Behinderungen. Eine pauschale Lösung für alle kann dazu führen, dass mangels Passgenauigkeit eines Produktes keine einzige Zielgruppe einen Mehrwert aus diesem Produkt ziehen kann (1). Schaut man die drei Worte bewusst an – Design – für – Alle –, und vergegenwärtigt sich die Vielfalt der Gesellschaft bei knapp 8 Milliarden Menschen auf der Welt, dann wird

Abbildung 38  
Seitenlayout im Hochformat



Thesis als Hörangebot und als barrierefreie PDF-Datei:  
sandra-caspers.de/dfa

## 6.6.3 Textgestaltung

### Eigene ästhetische Vorstellungen

- Textsimulation mit Gesetzestext aus der deutschen Verfassung: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Art 1. (1) Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist... NotoSans SemiCondensed Light 9 pt / Zeilenabstand 12 pt

### Anpassung für Menschen mit einem Sehvermögen von ca. 50% entsprechend den Empfehlungen des DBSV

- Textsimulation mit Gesetzestext aus der deutschen Verfassung: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Art 1. (1) Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist... Noto Sans Regular 12 pt / Zeilenabstand 17 pt

### Kompromiss zugunsten eines geringeren Materialverbrauchs

- Textsimulation mit Gesetzestext aus der deutschen Verfassung: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Art 1. (1) Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist... Noto Sans SemiCondensed Light 11 pt / Zeilenabstand 16 pt
- zwispaltiger Textsatz der Interviews

### Alternativangebote

- Einsprechen des Textes durch die Verfasserin und Veröffentlichung von Audiodateien im Internet
- Erstellung einer barrierefreien PDF-Datei zur Veröffentlichung im Internet

# 7 Textgestaltung

»Auch Text ist Gestaltung«, so Bärbel Kühne<sup>55</sup> in einer Vorlesung des Kurses »Kommunikationskonzepte«. Ähnlich einem Styleguide bei Designprozessen können nach diesem Verständnis Gestaltungsvorgaben bei der Texterstellung helfen.

## 7.1 Zehn Regeln zum Verfassen eines Objekttextes in Ausstellungen

Damit Informationen auch im Stehen gut erfasst werden können, sollen die Sprachregeln aus dem Praxisleitfaden »Texte in Museen und Ausstellungen« von Evelyn Dawid und Robert Schlesinger<sup>56</sup> der erste Baustein für eine inklusive Textgestaltung sein. Der Objekttext soll

- 1 den persönlichen Stil der Autor:in nicht verraten.
- 2 die Sprache der Besucher:innen verwenden.
- 3 mit Überschriften Interesse wecken.
- 4 aktiv, nicht passiv formuliert sein.
- 5 einfach strukturiert sein.
- 6 keine Füllwörter enthalten.
- 7 keine Tautologien enthalten.
- 8 eine Zeilenlänge von 60 Zeichen nicht überschreiten.
- 9 jede Sinneinheit in einer Zeile erfassen.
- 10 auf Worttrennungen am Zeilenende verzichten.

<b>Sprachniveau</b>	<b>Leichte Sprache</b>
	Elementare Sprachanwendung
	A1/A2
<b>gebräuchliche Wörter</b>	500
<b>Zielgruppe</b>	Menschen mit verringerten Lesefähigkeiten

Abbildung 39  
Übersicht Sprachniveaus

<b>Einfache Sprache</b>	<b>Standardsprache</b>
Selbstständige Sprachanwendung	Kompetente Sprachverwendung
B1/B2	C1/C2
2.000	ab 2.000
Menschen, die keine Muttersprachler:innen sind, aber ausgeprägte Lesefähigkeiten haben können	Muttersprachler:innen mit ausgeprägten Lesefähigkeiten

## 7.2 Sprachniveaus

Damit der Text möglichst vielen Besucher:innen gerecht wird, soll die Einordnung von Sprachniveaus entsprechend dem »Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen« (GER) der zweite Baustein zu einem inklusiven Textguide sein. Im Folgenden sind Ergebnisse aus den Interviews und die Einordnung nach GER zusammengestellt. Er betrachtet den Sprachschatz von Menschen in einer Skala von A1 (Anfänger:innen) bis C3 (Expert:innen). Unterschiedliche Altersstufen von Menschen werden dabei nicht berücksichtigt.<sup>57</sup>

**Leichte Sprache** ist auf den Einsatz sehr kurzer Sätze beschränkt, da sie ein stark vereinfachtes Sprachniveau bedient. Sie entspricht etwa dem Sprachniveau A1 des GER und geht von einem Wortschatz von ca. 500 gebräuchlichen Wörtern aus. Leichte Sprache findet vor allem bei Produkten für Menschen mit verringerten Lesefähigkeiten Anwendung. Sie kann von Prüfgruppen, die aus der Zielgruppe zusammengesetzt sind, gelesen und zertifiziert werden.

**Einfache Sprache** ist am Sprachniveau B1 orientiert und setzt einen Sprachschatz von ca. 2.000 gebräuchlichen Wörtern sowie ein grobes, thematisches Vorwissen voraus. Sie nutzt auch Schachtelsätze. Einfache Sprache benötigt kein striktes Prüfverfahren und wird häufig für Zielgruppen verwendet, deren Erstsprache nicht Deutsch ist.

**Kindersprache** ist keine Leichte oder Einfache Sprache. »Texte für Kinder können auch vom typischen Satzbau Subjekt-Prädikat-Objekt abweichen. Sie sprechen die Kinder in der Du-Form an. In der Leichten Sprache wird häufiger die Sie-Form genutzt«, so Jana Höftmann-Leben (vgl. S. 45).

**Standardsprache** ist die von einer Gemeinschaft anerkannte Sprachform mit ihren verbindlichen grammatikalischen und orthografischen Regeln und stilistischen Ausformungen.

### 7.3 Struktur

Der dritte Baustein ist die Festlegung einer Inhaltsstruktur, die aus drei Teilen bestehen soll. **Die Einleitung** hat eine ähnliche Funktion wie eine Überschrift. Sie ist am Niveau der Einfachen Sprache orientiert und richtet sich an eine breite Leserschaft. Durch optische Hervorhebung kann sie gleichzeitig als Orientierungssystem im Raum nützlich sein.

- Die Einleitung vermittelt, was Leser:innen im nachfolgenden Text erwartet.
- Eingeschobene Teilsätze werden nicht verwendet.
- Fachsprache wird nicht verwendet.
- Fremdwörter werden nicht verwendet.
- Jahreszahlen werden nicht verwendet.
- Einfache Zahlen werden nur verwendet, wenn sie für das Textverständnis bedeutsam sind. Dann werden sie als Wort geschrieben.

**Der Hauptteil** beinhaltet alle wesentlichen Informationen, die zum Verstehen des Bezugsobjektes benötigt werden. Er setzt ein Grundverständnis der deutschen Sprache und ein geringes Vorwissen voraus.

- Der Haupttext soll mit geringem Aufwand leicht verständlich und schnell erfassbar sein.
- Kein Satz soll länger als 20 Wörter sein.
- Eingeschobene Teilsätze sollen nur sparsam verwendet werden.
- Wenn Fachwörter Analogien in der Alltagssprache haben, sollen diese bevorzugt verwendet werden.
- Fremdwörter sollen nur verwendet werden, wenn sie für das Textverständnis bedeutsam sind. Idealerweise werden sie mit gebräuchlichen Wörtern der Alltagssprache kurz erklärt.

**Inhaltsstruktur**      **Einleitung**

**Schachtelsätze**      nein

**Fachsprache**      nein

**Fremdwörter**      nein

**Jahreszahlen**      nein

**Einfache Zahlen**      nein

**Entspricht etwa dem Sprachniveau**

Leichte Sprache

Abbildung 40  
Inhaltsstruktur von Objekttexten

**Hauptteil**

**Vertiefung**

ja

ja

vermeiden

ja

vermeiden

ja

ja

ja

ja

ja

Einfache Sprache

Standardsprache

**Die ergänzende Vertiefung** setzt Fachwissen und eine gute Allgemeinbildung voraus. Damit der Inhalt auf unterhaltsame Weise vermittelt werden kann, sollte der Text dennoch leicht zugänglich und gut verständlich sein.

- Kein Satz soll länger als 20 Wörter sein.
- Schachtelsätze dürfen verwendet werden.
- Fachwörter und Fremdwörter dürfen verwendet und können ggfs. mit gebräuchlichen Wörtern erklärt werden.

### 7.4 Gender-sensible Schreibweise und inklusive Ansprache

Liebe Leser und Leserinnen? Geehrte Leser\*innen? Verehrte Leser\_innen? Ich grüße alle Leser:innen mit einem Doppelpunkt! Der Doppelpunkt – als eines der ältesten Satzzeichen überhaupt – wurde ursprünglich eingesetzt, um Sprechpausen, Vers-Enden oder Umbrüche zu markieren.<sup>58</sup> Er erzeugt keine typografischen Lücken im Schriftbild und ist aufgrund seiner günstigen Tastaturposition einfach zu editieren. Digitale Lesegeräte lesen Sternchen und Unterstriche vor. Beim Doppelpunkt machen sie eine kurze Pause.

Hermes, IKEA, BVG – Weil wir dich lieben! Die Du-Form wird immer häufiger in Werbekampagnen eingesetzt. Mit der legeren Sprachform soll Nähe zur Zielgruppe hergestellt werden. In der vorliegenden Arbeit geht die Entscheidung für die Du-Form in der Beispielkampagne (vgl. S. 120 ff) auf die Idee der Gleichbehandlung und der Inklusion zurück.

# 8 Herstellung

## 8.1 Oberflächen

Wenn Kommunikationsdesign veröffentlicht wird, so geschieht das meist in einer gebauten Welt, z. B. auf Wänden in Ausstellungen, auf Papier oder digital. Digitale Inhalte werden über Oberflächen von Ausgabegeräten (Screens) verfügbar gemacht. Alles was glänzt, kann blenden. Alles was blendet, kann die Lesbarkeit einschränken. Das gilt für alle hier genannten Veröffentlichungsformen in gleichem Maße, daher sind matte, entspiegelte Oberflächen grundsätzlich zu bevorzugen.

Wenn **gebauten Welten** aus glänzenden Materialien wie beispielsweise Glas oder glänzendem Kunststoff bestehen, sollte die zu applizierende Gestaltung aus blendfreiem Material hergestellt werden. Das kann eine nicht glänzende Aufkleberfolie oder ungestrichenes Papier sein. Auch beim Druck auf **Papier** gilt: Ein mattes, möglichst ungestrichenes Papier ist für eine gute Lesbarkeit unerlässlich. Bei der Entscheidung für ein Papier sollte auch der Papierfarbe Aufmerksamkeit gewidmet werden. Ein zu hoher Weißanteil kann selbst bei matten Papieren blenden. Ein zu hoher Grauanteil reduziert die Kontrastwirkung und schränkt die Lesbarkeit ein. Daher eignen sich leicht gelbliche oder Naturpapiere. Die Papierstärke sollte so gewählt werden, dass rückseitige Inhalte nicht durchscheinen, denn auch sie schränken die Lesbarkeit ein. **Digitale Ausgabegeräte** stellen eine besondere Herausforderung dar. Befinden sie sich im Privateigentum, können Gestalter:innen keinen Einfluss auf die Präzision der Inhaltswiedergabe nehmen. Daher sollten digitale Inhalte besonders kontrastreich gestaltet und in einer logischen Abfolge mittels Formatvorlagen, den sogenannten Cascading Stylesheets (CSS), strukturiert sein.

Gestrichene Papiere:

Bilderdruck glänzend

Bilderdruck matt

Ungestrichene Papiere:

Offsetpapier weiß

Munken pure



Abbildung 41

Das Icon »universal-access« zeigt in den Einstellungen aktueller Smartphones und Tablets verfügbare Bedienungshilfen an.



Abbildung 42

Das Icon »Erleichterte Bedienung« zeigt in den Einstellungen von Microsoft Windows 10 verfügbare Bedienungshilfen an.

## 8.2 Technische Bedienungshilfen

Inhalte auf Smartphones, Tablets und PCs werden mittels digitaler Bedienungshilfen für immer größere Nutzer:innengruppen zugänglich. Die derzeit wichtigsten technischen Hilfen zum Textverstehen:

- Anzeige Textgröße: vergrößert Textinhalte
- Lupe: vergrößert den gesamten Inhalt
- Sprachausgabe: liest Textinhalte und alternative Bildbeschreibungen vor
- Sprachsteuerung: steuert das Gerät berührungslos über Stimmeingabe

## 8.3 Barrierefreie PDF-Dateien

Damit PDF-Dateien von technischen Bedienungshilfen korrekt verarbeitet werden können, benötigen sie »Tags«. Das sind Steuerungsinformationen, die nicht sichtbar im Dokument hinterlegt werden. Sie legen die Lesereihenfolge der Inhaltselemente fest und lesen Bildbeschreibungen vor. Tagging-Funktionen sind Bestandteil gängiger Kommunikationssoftware:

- Microsoft Office Word 2010: Menü »Überprüfen« »Barrierefreiheit überprüfen«
- Adobe CC InDesign: Menü Fenster »Hilfsprogramme« »Tags«
- Adobe Acrobat Pro DC: Menü Werkzeuge »Schützen und Standardisieren« »Barrierefreiheit«

Adobe Acrobat bietet eine Barrierefreiheitsprüfung mit Ergebnisbericht an, der bei Bedarf Korrekturvorschläge macht. Die PDF-Datei der vorliegenden Arbeit wurde mit diesem Tool geprüft und angepasst.

## Barrieren beseitigen

9 Eine Museumspräsentation, die viele anspricht (Seite 80)

10 Verschiebung der Willkommenskultur (Seite 110)

11 Kampagne ISLANDIA (Seite 120)

Der Titel der vorliegenden Arbeit lautet

## Design für alle – Beseitigung von systemischen Barrieren zur Schaffung einer gerechten Präsentationskultur

und geht den Fragen nach:

- Können Bildungsinhalte für eine breite Nutzer:innengruppe attraktiv sein und gleichzeitig speziellen Bedürfnissen kleiner Gruppen gerecht werden?
- Wo beginnt die Willkommenskultur eines Museums?

Die Recherche hat ergeben, dass zur Zielerreichung zwei Teilschritte erforderlich sind:

**eine Museumspräsentation, die  
viele Menschen anspricht, aber  
niemanden aufgrund geringerer  
Möglichkeiten oder Fähigkeiten  
vorführt**

und

**eine Verschiebung der  
Willkommenskultur.**

Im Folgenden werden die Teilschritte exemplarisch vollzogen.

# 9 Eine Museumspräsentation, die viele anspricht

»Wissensaneignung ist abgedeckt über Wikipedia und Google. Dafür braucht man kein Museum mehr. Es geht um den Erfahrungsschatz, der sich erweitern soll. Dafür braucht man ein Museum.« (Vgl. S. 44.)

## 9.1 Handlungsort

Ort und damit ›Spielstätte‹ für die beispielhafte Darstellung ist ein Museum in der historischen Mitte Berlins, das Bibliotheksmuseum Unter den Linden 8. Ab 2022 präsentiert es die Sammlungen der Staatsbibliothek zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz und erzählt in Schauvitriolen und einem begleitenden Audioguide die Geschichte der Objekte und die teils verschlungenen Wege, auf denen sie in die heute 360 Jahre alte Bibliothek gelangt sind. Eine Werkbank eröffnet Besucher:innen die Möglichkeit, selbst aktiv zu werden.



Abbildung 43  
Die Staatsbibliothek zu Berlin  
Unter den Linden im Frühjahr 2020

## 9.2 Vermittlungsobjekt

Das Lernen am gemeinsamen Gegenstand folge einem inklusiven Ansatz, so Michael Komorek (vgl. S. 42). Es bedürfe nur **eines** Objektes, das **viele** Perspektiven eröffne. Das heißt, das Objekt muss viele Schnittmengen aufweisen, von der sich viele Teilgruppen angesprochen fühlen. Wie ist das zu erreichen?

- Je allgemeinverständlicher,
- je klarer,
- je bildhafter und
- je textreduzierter

ein Vermittlungsobjekt beschaffen ist, umso höher ist die gemeinsame Schnittmenge. Gleichzeitig soll das Objekt aber auch eine Grundmotivation für einen Museumsbesuch schaffen. Es muss sich also aufgrund

- seiner Rarität,
- seines Unterhaltungswertes,
- seiner Originalität oder
- seiner Berühmtheit

besonders auszeichnen. Beim Blick in die Sammlungen der Staatsbibliothek zu Berlin wird schnell deutlich, welche Wissenschaft sich gut zu eignen scheint: die Kartografie. Mit symbolreicher und textarmer Visualisierung die Erdoberfläche oder komplexe Phänomene der Natur darzustellen, ist ihre besondere Stärke.

Eine Karte aus dem späten 16. Jahrhundert kann die zuvor genannten Kriterien erfüllen: ISLANDIA. Sie zeigt Island in bis dahin nie dargestellter geografischer Genauigkeit. Weil Hügelketten und Gesteinsformationen als kleine Aufrisszeichnungen illustriert wurden, können die topografischen Eigenheiten der Insel einfach und ohne Textverständnis nachvollzogen werden. Eine ganze Schar verschiedener Meerestiere – oder sind es Ungeheuer? – flankiert die Ufer der Insel. Wer vor dieser Karte steht, wird mit überbordenden, teils witzigen, teils absurden, aber auch enorm kenntnisreichen Details magisch in die Welt von ISLANDIA hineingezogen.

Die Karte wurde 1570 erstmals in einem gebundenen und redaktionell aufbereiteten Werk mit dem Titel »Welttheater« (im lateinischen Original »Theatrum orbis terrarum«) veröffentlicht. Damit war der moderne Atlas geboren und sein Verleger Abraham Ortelius so erfolgreich, dass er ihn in mehrere Sprachen übersetzte und bis zum Jahr 1612 mehr als 30 mal auflegte<sup>59</sup>. Die Entstehungszeit des Atlas' markiert auch die Hinwendung zum Kupferstich bei der Herstellung kartografischer Werke. Anders als ihre im Holzschnitt angefertigten Vorgängerinnen erschienen die Karten nun »gestochen scharf« und in größerer Auflage. Die Colorierung wurde bei Bedarf anschließend von Hand ergänzt.

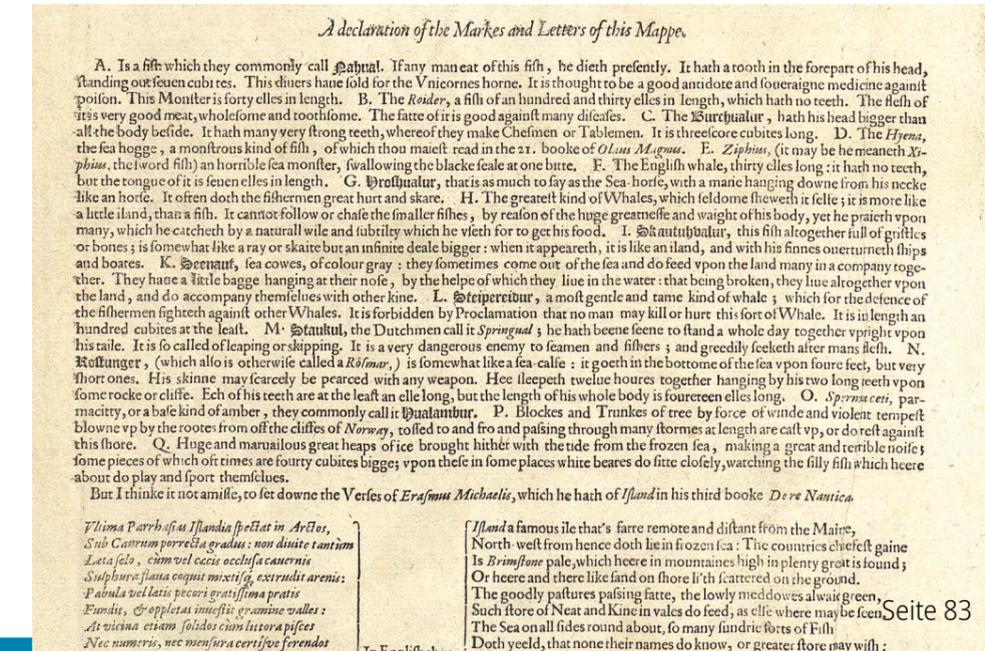
Alle auf der Karte dargestellten Meerestiere sind mit Buchstaben versehen. Auf der Rückseite finden sich entsprechende Beschreibungstexte, die bis ins 13. Jahrhundert zurückreichen.



Es lässt sich nicht genau abgrenzen, welche Inhalte auf echten Naturbeobachtungen gründen und wo das Spinnen von Seemannsgarn oder die Fantasie der Kartenmacher kräftige Blüten trieb. Die Beschreibungstexte sind kurz und knapp formuliert. Aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt, bieten die teils erheiternden Kommentare Potenzial für eine weitere Ausgestaltung und werden in der Kampagne verwendet (vgl. S. 96 ff).

Abbildung 44  
Vorderseite der ISLANDIA-Karte aus der Kartensammlung der Staatsbibliothek zu Berlin – PK

Ausschnitt einer englischsprachigen Rückseite aus der Sammlung der National and University Library of Iceland



### 9.3 Objektpräsentation

Die Karte misst ungefähr 52x38 cm. Sie wird in einer an der Wand hängenden Glasvitrine auf einer schwarzen Hintergrundfläche präsentiert. In einem ergänzenden Objekttext soll erzählt werden, was beim Blick auf die Karte nicht ersichtlich wird. Mit den auf S. 70 ff beschriebenen Regeln werden die Inhalte für eine breite Zielgruppe in deutscher Sprache aufbereitet.



Abbildung 45  
Objektpräsentation

Textguide **Einleitung**

Schachtelsätze nein

Fachsprache nein

Fremdwörter nein

Jahreszahlen nein

Einfache Zahlen nein

Entspricht

etwa dem

Sprachniveau

Leichte Sprache

Abbildung 46  
Inklusiver Textguide

Hauptteil

Vertiefung

ja

ja

vermeiden

ja

vermeiden

ja

ja

ja

ja

ja

Einfache Sprache

Standardsprache

### 9.3.1 Objekttext inklusiv verfassen

**Einleitung**

**Leichte bis Einfache Sprache**

»Komm nach ISLANDIA! Dort leben See-Monster. Ein Vulkan bricht aus. Bären sitzen auf Eis-Schollen und schauen dumme Fische an.«

**Hauptteil**

**Einfache bis Standardsprache**

»Die Karte zeigt Island so detailreich wie nie zuvor. Ein Bischof hatte sie kartiert, weshalb die Insel wohl so deutlich in Gelb und Rosa, zwei Bischofssitze, aufgeteilt ist. Kunstvolle und abenteuerliche Bilder erzählen vom Beginn des ›Goldenen Zeitalters der Kartografie‹. Sie geben aber auch wichtige Hinweise auf Naturerscheinungen und Gefahren, die für die Seefahrt bedeutsam waren.«

**Vertiefung**

**Standardsprache, so einfach wie möglich formuliert**

»Mit der Erstauflage des gebundenen Werks war der moderne Atlas geboren. Seine Entstehungszeit markiert auch die Hinwendung zum Kupferstich. Karten erschienen nun ›gestochen‹ scharf und in größerer Auflage. Die Colorierung wurde bei Bedarf anschließend von Hand ergänzt.

Karte ISLANDIA aus dem ›Theatrum orbis terrarum‹ (Welttheater)

Abraham Ortelius, Antwerpen 1590

Kartensammlung der Staatsbibliothek zu Berlin – PK«

### 9.3.2 Objekttext inklusiv gestalten

Was ist eine inklusive Schrift? In Bezug auf die **Lesbarkeit** hat der DBSV Festlegungen getroffen, nach welchen Kriterien eine Schrift auszuwählen ist, damit sie von Menschen mit Sehbeeinträchtigungen gut gelesen werden kann (vgl. S. 54). Doch es gibt weitere Kriterien, die bei einer Schriftentscheidung zu betrachten sind. Eine Schrift, die besonders viele **Sonderzeichen und Schriftsysteme** vorhält, kann sehr breit angewendet werden. Je geringer der **Platzverbrauch** einer Schrift ist, umso weniger Material wird bei der Herstellung von analogen Produkten benötigt. Und nicht zuletzt: je umfänglicher eine Schrift verwendet wird, umso stärker steigen die **Lizenzkosten**.

Für die vorliegende Arbeit wird die **Schriftfamilie Noto Sans** verwendet. Sie wird im Schriftschnitt ›Regular‹ vom DBSV empfohlen<sup>60</sup>. Noto Sans hält besonders viele Sprachen, Schriftsysteme und Schriftschnitte vor. Mit schmalen und sehr schmalen Schriftschnitten bietet sie besonders platzsparende Varianten an. Und nicht zuletzt: die Schrift wird von Google fortlaufend um weitere Sprachsysteme ergänzt und kostenfrei zum Download angeboten.

Schriftgrößen	Wand- texte	Objekt- texte	Fließtexte in Begleitmaterial
Betrachtungs- abstand	1 – 8 m	1 m	0,4 cm
Sehvermögen	50 %	50 %	50 %
Mittellänge	20 mm	5,3 mm	2,1 mm
Schriftschnitt	SemiCondensed	Regular	Regular
Schriftgröße	270–360 pt	17–27 pt	11 pt
Zeilenabstand	360–480 pt	24–36 pt	17 pt

Abbildung 47  
Inklusive Schriftgrößen

Die Einleitung erscheint großformatig als Wandtext und wird auf den folgenden Seiten im Maßstab 1:200 dargestellt. Der Hauptteil und die Vertiefung befinden sich direkt neben dem Objekt.

Ausschnitt in Originalgröße:

Die Karte zeigt Island so detailreich wie nie zuvor. Ein Bischof hatte sie kartiert, weshalb die Insel wohl so deutlich in Gelb und Rosa, zwei Bischofssitze, aufgeteilt ist. Kunstvolle und abenteuerliche Bilder erzählen vom Beginn des ›Goldenen Zeitalters der Kartografie‹. Sie geben aber auch wichtige Hinweise auf Naturerscheinungen und Gefahren, die für die Seefahrt bedeutsam waren.

Mit der Erstaufgabe des gebundenen Werks war der moderne Atlas geboren. Seine Entstehungszeit markiert auch die Hinwendung zum Kupferstich. Karten erschienen nun ›gestochen‹ scharf und in größerer Auflage.

## Komm nach ISLANDIA!

Dort leben See-Monster.  
Ein Vulkan bricht aus.  
Bären sitzen auf Eis-Schollen und schauen dumme Fische an.



### Inklusiv gestalteter Text im Raum

Wandtext beginnend in 3 m Höhe  
Noto Sans SemiCondensed SemiBold  
360 pt

Noto Sans SemiCondensed  
270 pt

Augenhöhe bei 1,60 m

Abbildung 48  
Raumsimulation  
Maßstab ca. 1:200

### Technische Anpassung für unter- schiedliche Lesehöhen

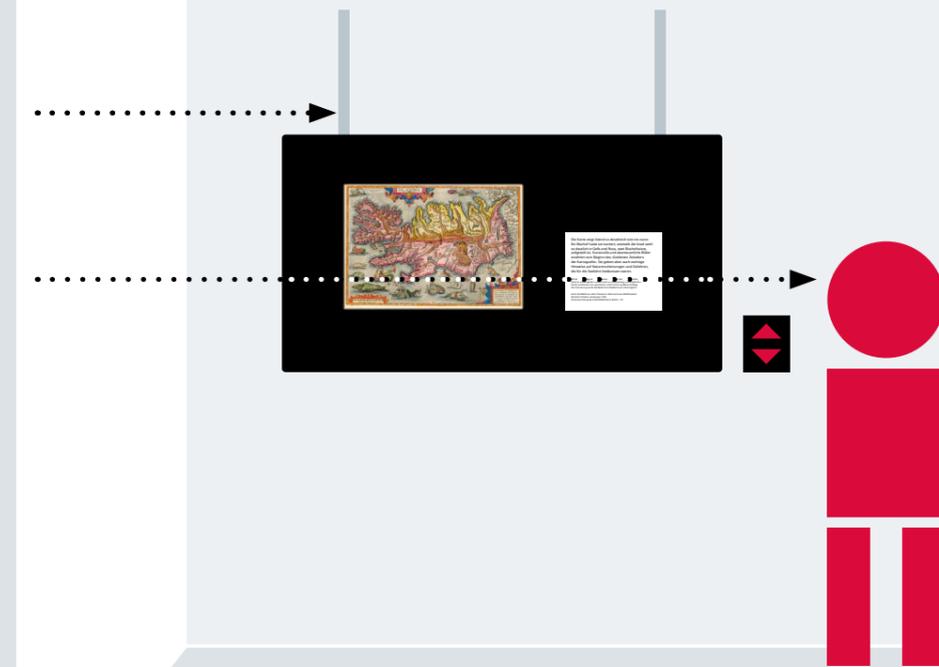
Fahrbare Schiene, nicht sichtbar  
hinter der Wand montiert

Augenhöhe bei 1,10 m

Abbildung 49  
Raumsimulation mit fahrbarer Schiene  
Maßstab ca. 1:200

## Komm nach ISLANDIA!

Dort leben See-Monster.  
Ein Vulkan bricht aus.  
Bären sitzen auf Eis-Schollen und schauen dumme Fische an.



In der zuvor dargestellten Visualisierung werden verschiedene Sprachniveaus ohne Ausweisung von Labels im Raum angeordnet. Die Einleitung ist so an die Wand appliziert, dass sie eine orientierende Wirkung im Raum hat. Objekttexte erscheinen im maximalen Farbkontrast: Schwarz auf Weiß. Aufgrund der veränderten Ästhetik (vgl. Abbildungen auf S. 39 erweitert sich die Nutzer:innengruppe um Menschen mit Sehschwächen und um kleine Menschen oder Menschen im Rollstuhl. Menschen mit geringeren kognitiven oder sprachlichen Fähigkeiten werden nicht über ein Label ausgewiesen.

### 9.3.3 Mit intelligenter Folie versteckte Inhalte zugänglich machen

Die rückseitigen Beschreibungen lesen sich wie kleine Abenteuer. Bis ins 13. Jahrhundert zurückreichend, in Latein geschrieben, später ins Englische und für die vorliegende Arbeit ins Deutsche übersetzt, wirkt die Sprache ganz ähnlich wie die Zeichnungen auf der Vorderseite: eigenwillig, zuweilen komisch, aber auch enorm kenntnisreich. Trotz seines hohen Alters ist der Inhalt leicht verständlich und dürfte auch heute von einer breiten Zielgruppe verstanden werden.

In kurzen Hörsequenzen können die Texte den Besucher:innen als Audiodateien angeboten werden. Dafür kann eine mit Touch-Funktion programmierte Folie punktuell auf die Vitrinenscheibe geklebt werden. »OPAK Schaltbare Folie ist eine hochwertige, intelligente Kunststoff-Folie welche elektronische Impulse leitet. OPAK Schaltbare Folie besteht aus einer Flüssigkristall-Folie, die beidseitig elektrisch leitend beschichtet und zwischen zwei Polyesterfolien einlaminiert ist. Diese hochspezialisierte Folie wurde zur Herstellung von schaltbarem Glas entwickelt.«<sup>61</sup> Bei Berührung der Punkte werden die Geschichten vorgelesen und die Texte per Beamer auf die Wand projiziert. Der Text bleibt maximal 10 Minuten sichtbar oder wird durch Tipp auf einen anderen Text ausgetauscht. Hat man die Geschichte zum »Q.« gehört oder gelesen, erklärt sich auch der einleitende Wandtext.



Abbildung 50  
Simulation eines Vitrinenausschnitts  
in der Draufsicht  
und in Schichten (unten)  
Maßstab ca. 1:25

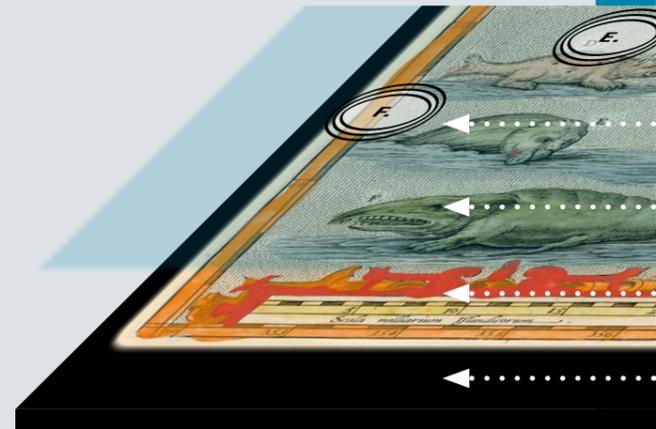
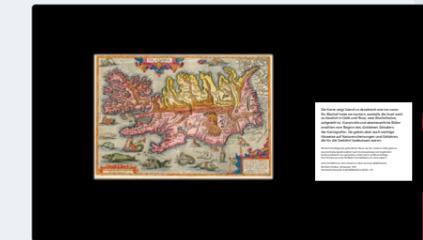


Abbildung 51  
Intelligente Folie, als Punkte  
auf die Glasvitrine geklebt  
  
Vitrinenglas  
  
Ausstellungsobjekt  
  
Vitrinhintergrund

## Komm nach ISLANDIA!

Dort leben See-Monster.  
Ein Vulkan bricht aus.  
Bären sitzen auf Eis-Schollen und schauen dumme Fische an.



**Q.** Gewaltige und wunderbare große Eisschollen, mit der Flut aus der eiskalten See hierher gebracht, machen großen und schrecklichen Krach. Einige Stücke davon sind oft vierzig Cubits lang (das sind ungefähr 20 Meter). Auf diesen sitzen in manchen Gegenden weiße Bären und beobachten die dummen Fische, die hier in der Nähe spielen und sich selbst präsentieren.

### 9.3.4 Mit neuem Wissen das alte spiegeln

Auf den ersten Blick scheinen sich die Inseln in ihren Außenformen deutlich zu unterscheiden. Am Ende des 16. Jahrhunderts wirkte sie länglich; heute erscheint sie eher rund und kompakt. Die Fjorde und Buchten wurden allerdings schon in der Frühen Neuzeit mit großer Genauigkeit erfasst. Wenn man das alte mit dem neuen Kartenmaterial abgleicht, wird deutlich, wie gering die Unterschiede im hier gezeigten Maßstab tatsächlich sind.

Die Veränderungen können per Beamer mit Überblendung des neuen über das alte sichtbar gemacht werden. Die Überblendung schaltet sich automatisch ein, und zwar immer dann, wenn interaktive Textfunktionen nicht genutzt werden. Tippt ein Gast auf einen Buchstaben, schaltet sich die Überblendung aus und der Text wird angezeigt und vorgelesen.

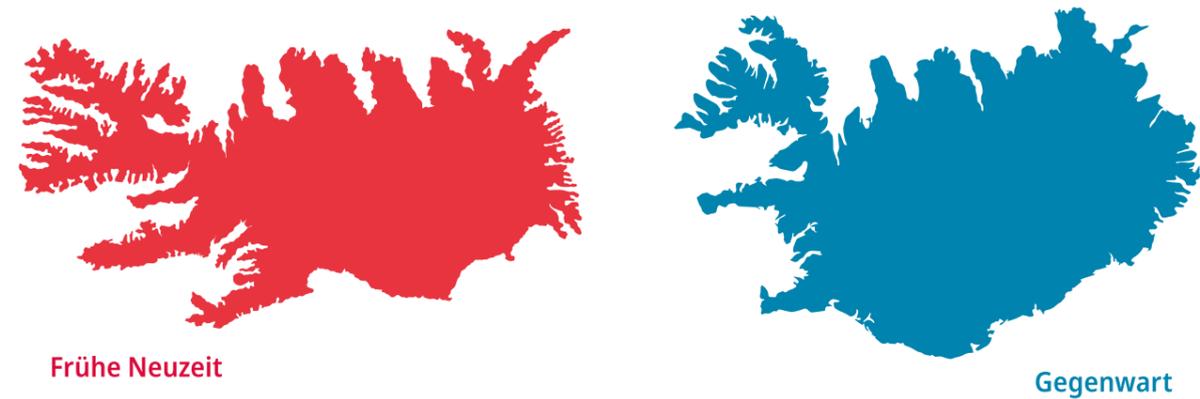


Abbildung 52  
Rote Fläche, erstellt auf Basis der Karte ISLANDIA

Abbildung 53  
Blaue Fläche, erstellt auf Basis von Kartendaten des Anbieters OpenStreetMap<sup>62</sup>

Abbildung 54  
Über einen Beamer gesteuerte Wandprojektion

## Komm nach ISLANDIA!

Dort leben See-Monster.  
Ein Vulkan bricht aus.  
Bären sitzen auf Eis-Schollen und schauen dumme Fische an.



## 9.4 Produkte für die Werkbank

Wie kann aus dem an der Wand hängenden Objekt ein erlebbarer Erfahrungsschatz werden? Die interaktiv präsentierten Geschichten schauen bereits »hinter die Kulissen«, denn das Vorlesen der rückseitigen Texte vermittelt einen Eindruck von der Sprache und dem Wissensstand der Frühen Neuzeit. Welche weiteren Zugänge können geschaffen werden, damit die Werkbank des Museums zu einer weiteren Vermittlungsfläche werden kann?

### 9.4.1 Fantasie anregen: Malbogen

Ein Malbogen zählt zu den wohl einfachsten Formen, spielerisch mit Wissen umzugehen. Er setzt weder Sprachkenntnisse noch besondere motorische Fähigkeiten voraus. Der ISLANDIA-Malbogen soll eine Auswahl verschiedener Angebote in sich vereinen.

- aktivierendes Angebot, das kaum Kompetenzen erfordert
- Textangebote in zwei Sprachniveaus
- Zusatzinformationen

Dafür wird ein Fabelwesen, das Hippokamp, aus acht verschieden colorierten Überlieferungen der ISLANDIA-Karte vorgestellt<sup>63</sup>. In ergänzendem Text wird eine Geschichte zu den Colorierungen erzählt. Auf der Rückseite besteht die Möglichkeit, das stark skalierte und hellgrau dargestellte Tier selbst farbig zu gestalten.

Abbildung 55  
Inklusiv gestalteter Malbogen

Titel und kurzer Text in  
Einfacher Sprache  
Noto Sans SemiBold und Regular  
17 pt

Ergänzende Geschichte in einfach  
gehaltener Standardsprache  
Noto Sans Regular  
11 pt

Wenige Zusatzinformationen  
Noto Sans Regular  
11 pt

### Komm nach ISLANDIA.

Lerne das Hippokamp kennen.  
Es ist ein bisschen Pferd.  
Es ist ein bisschen Fisch.  
Es hat in vielen Geschichten gelebt.

Im Jahr 1590 erschien das Fabelwesen mit der isländischen Bezeichnung »Hrosvalur« auf einem Kupferstich, der eine Karte von Island darstellt. Sie wurde vielfach gedruckt und anschließend in Handarbeit coloriert. Nicht immer wurde das von »Illuminatoren«, den Farbkünstlern des Mittelalters, ausgeführt. Häufig waren es Frauen und Kinder, die die Karten im Heimarbeit farbig gestalteten. Verschiedene Überlieferungen aus Reykjavík und Berlin zeigen, wie unterschiedlich die Farbgestaltung ausgefallen ist. Es kam auch vor, dass die Karten uncoloriert geblieben sind.

Die Karte ISLANDIA aus dem Atlas  
»Theatrum Orbis Terrarum« ansehen:

Bibliotheksmuseum  
Unter den Linden 8  
10117 Berlin

Mo – Sa 10 – 20 Uhr  
freier Eintritt  
barrierefreier Zugang



ISLANDIA.

### 9.4.2 Motorik fördern: Ausschneidebogen

Ein Ausschneidebogen erfordert motorische Grundfertigkeiten und den geübten Umgang mit einem Schneidwerkzeug. Der ISLANDIA-Ausschneidebogen bietet drei Schwierigkeitsgrade für einen Konturenschnitt. Der Bogen ist zweiseitig bedruckt. Die Einzelfiguren können anschließend aufgehängt oder zu einem Mobilé zusammengebaut werden. Die Textgestaltung entspricht dem Konzept des Malbogens.

- aktivierendes Angebot, das motorische Kompetenzen erfordert
- Textangebote in zwei Sprachniveaus
- Zusatzinformationen

### 9.4.3 Texte lesen und verstehen: Kartenset

Mit einem 32-teiligen Kartenset zum Ausschneiden soll altes Wissen neuem gegenüber gestellt werden. Was ist auf der neuzeitlichen Karte zu sehen? Handelt es sich um Meerestiere? Oder sind es Ungeheuer aus der Fantasie damaliger Seefahrer und Fischer? Kartenpaare geben Aufschluss. Sie eignen sich auch als Memory-Spiel. Das »neue« Wissen wurde digital auf Wikipedia.org recherchiert. Das verwendete Bildmaterial ist im Abbildungsverzeichnis nachgewiesen (vgl. S. 157).

- Motorik
- hohe Lesekompetenz
- Nutzungsmöglichkeit als Memory auch ohne Lesekompetenz

Abbildung 56  
Inklusiv gestalteter Ausschneidebogen

Titel und kurzer Text in  
Einfacher Sprache  
Noto Sans SemiBold und Regular  
17 pt

Ergänzende Geschichte in einfach  
gehaltener Standardsprache  
Noto Sans Regular  
11 pt

Wenige Zusatzinformationen  
Noto Sans Regular  
11 pt



### Komm nach ISLANDIA.

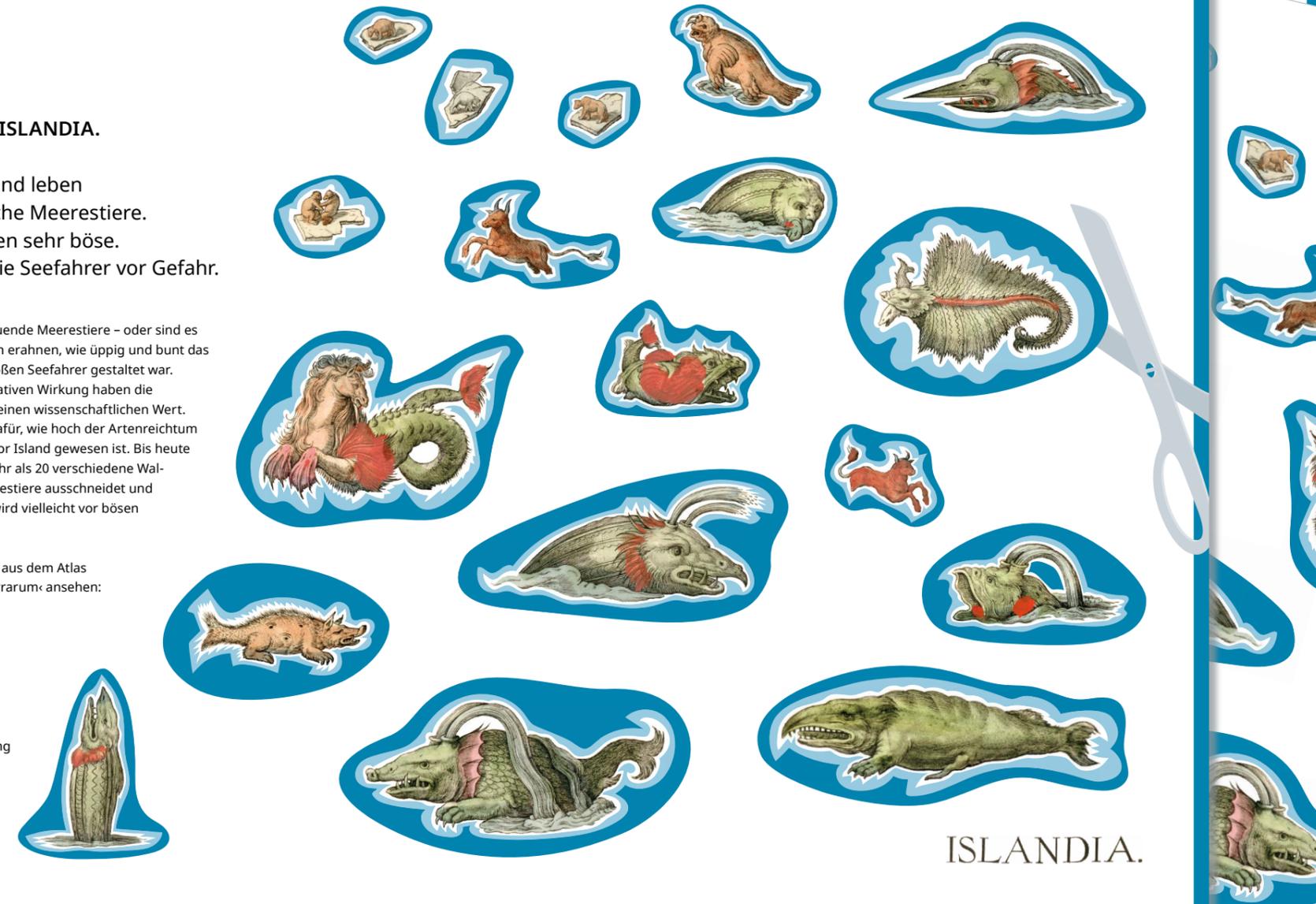
Rund um Island leben  
ungeheuerliche Meerestiere.  
Einige schauen sehr böse.  
Sie warnen die Seefahrer vor Gefahr.

Grimmig dreinschauende Meerestiere – oder sind es Ungeheuer? – lassen erahnen, wie üppig und bunt das Jahrhundert der großen Seefahrer gestaltet war. Jenseits ihrer dekorativen Wirkung haben die Illustrationen auch einen wissenschaftlichen Wert. Sie sind ein Beleg dafür, wie hoch der Artenreichtum in den Gewässern vor Island gewesen ist. Bis heute leben dort noch mehr als 20 verschiedene Walarten. Wer die Meerestiere ausschneidet und ins Fenster hängt, wird vielleicht vor bösen Träumen bewahrt.

Die Karte ISLANDIA aus dem Atlas  
»Theatrum Orbis Terrarum« ansehen:

Bibliotheksmuseum  
Unter den Linden 8  
10117 Berlin

Mo–Sa 10–20 Uhr  
freier Eintritt  
barrierefreier Zugang



Darstellung eines Kartenpaares in Originalgröße:

»Gewaltige und wunderbare große Eisschollen, mit der Flut aus der eiskalten See hierher gebracht, machen großen und schrecklichen Krach; einige Stücke davon sind oft vierzig Cubits lang; auf diesen sitzen in manchen Gegenden weiße Bären und beobachten die dummen Fische, die hier in der Nähe spielen und sich selbst präsentieren.«



ISLANDIA.

Abbildung 57  
Karte mit altem Wissen  
Die ins Deutsche übersetzten  
Geschichten der ISLANDIA-Karte  
werden erzählt.

105 x 105 mm  
Noto Sans Regular  
11 pt

Abbildung 58  
Karten mit Erkenntnissen der  
Gegenwart  
Die aktuelle Realität wird  
gegenübergestellt.



ISLANDIA.

Abbildungen 59 – 62  
Vorderseiten der Wissenskarten

Auf den folgenden Doppelseiten werden alle vier Schneidebögen in einem Maßstab von ca. 1:2 dargestellt.

»Das ist ein Fisch, den sie gewöhnlich Nahual nennen. Wenn jemand von diesem Fisch isst, stirbt er augenblicklich. Er hat einen Zahn im Vorderteil seines Kopfes, der sieben Cubits hervorragt. Diesen haben Taucher als Einhorn-Horn verkauft. Es wird angenommen, dass es ein gutes Gegenmittel und wirksame Medizin gegen Gift ist. Dieses Monster ist vierzig Ellen lang.«



»Der Roider, ein Fisch von einhundert und dreißig Ellen Länge, der keine Zähne hat. Sein Leib ist sehr gutes Fleisch, gesund und schmackhaft. Sein Fett ist gut gegen viele Krankheiten.«



»Der Burchvalur hat einen größeren Kopf als sein ganzer Leib daran. Er hat viele sehr starke Zähne, aus denen sie Schachfiguren oder Würfel machen. Er ist dreiundsechzig Ellen lang.«



»Die Hyäne, das Meerschwein, eine monströse Art von Fisch, von der Sie im 21. Buch von Olaus Magnus lesen können.«



»Ziphius (vielleicht meint er Xiphius, den Schwertfisch), ein schreckliches Seemonster, das die schwarzen Seehunde in einem Bissen verschluckt.«



»Der Englische Wal, dreißig Ellen lang: er hat keine Zähne, aber seine Zunge ist sieben Ellen lang.«



»Hroshvalur, das ist sozusagen der Hippokamp, ein Seepferd, mit einer Mähne vom Nacken herabhängend wie bei einem Pferd. Es bringt den Fischern oft großen Schmerz und Angst.«



»Die größte Art von Walen, die sich selbst selten zeigt. Es ist eher eine kleine Insel als ein Fisch. Er kann den kleineren Fischen aufgrund enormer Größe und Gewicht seines Körpers nicht folgen oder sie jagen, aber er erbeutet viele, die er durch eine natürliche List und Raffiniertheit fängt, um seine Nahrung zu bekommen.«



Das ist kein Fisch. Das ist ein ein Narwal. Er wird auch »Einhorn des Meeres« genannt. Früher glaubte man an die magischen Kräfte seines Stoßzahnes, weshalb sich Herrscher zum Schutz vor Vergiftung kostbare Trinkbecher daraus fertigen ließen. Heute ist der Klimawandel sein größter Feind.



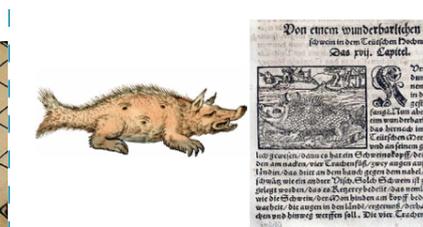
»Roider« ist eine alte isländische Bezeichnung für die Familie der Furchenwale. Anstelle von Zähnen haben sie Hornplatten mit fein gefiederten Barten im Oberkiefer. Damit filtern sie Krill und Plankton aus dem Meerwasser.



»Búrhalvar« ist der isländische Name der Pottwale. Sie haben nicht nur riesige Köpfe, sondern auch die größten Gehirne aller Lebewesen. Aus Walknochen schnitzten Walfänger Figuren und spielten »Hnefatafl«. Das ist so ähnlich wie Schach.



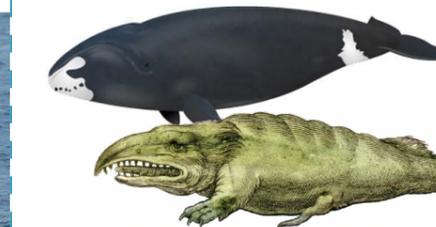
Das Meerschwein – auch porcus marinus genannt – wird schon seit der Antike beschrieben und bis ins 18. Jahrhundert in seiner Gefährlichkeit aber auch als Karikatur immer wieder dokumentiert. Nicht schlecht für ein Fabelwesen!



Der Schwertwal stammt aus der Familie der Delfine. Er ist als sehr guter Jäger bekannt. Das hat ihm 1977 die Hauptrolle in »Orca, der Killerwal« eingebracht.



Während britische Walfänger ihn wegen seiner Häufigkeit lange Zeit »Gewöhnlichen Wal« nannten, war der Grönlandwal Anfang des 20. Jahrhunderts durch Jagd beinahe ausgestorben. Mit 211 Jahren ist ein Grönlandwal das älteste bisher bekannte Säugetier der Welt.



Ein Seepferdchen? Ein Pferdewal? Das Fabelwesen Hrosshalvar hat es 2009 sogar auf eine Briefmarke geschafft.



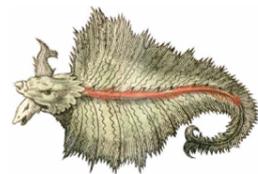
Der größte aller Wale und mit bis zu 200 Tonnen Gewicht zugleich das schwerste Tier überhaupt ist der Blauwal. Sein Blas, die Atemluft-Fontäne, die er ausstößt, kann bis zu 9 Meter hoch sein – soviel wie drei Elefanten übereinander.



ISLANDIA.

ISLANDIA.

»Skautuhvalur, dieser Fisch ist alles in allem voller Knorpel oder Knochen; ist sowas wie ein Rochen oder ein Skate, aber um ein unendliches Stück größer: Wenn er erscheint, ist er wie ein Eiland, und mit seinen Flossen stürzt er Schiffe und Boote um.«



»Seenaut, Seekühe, von grauer Farbe: Sie kommen manchmal aus dem Meer und ernähren sich auf dem Land zusammen in einer großen Gesellschaft. Sie haben einen kleinen Sack an ihrer Nase hängen, mit dessen Hilfe sie im Wasser überleben können: geht der kaputt, leben sie ganz auf dem Land zusammen mit anderen Kühen.«



»Steipereidur, eine sehr sanfte und zahme Walart, die zur Verteidigung der Fischer gegen andere Wale kämpft. Es ist durch Gesetz verboten, dass niemand diese Art von Wal töten oder verletzen darf. Er ist mindestens einhundert Cubits lang.«



»Staukul, die Holländer nennen ihn Springwal; Man hat gesehen, dass er einen ganzen Tag zusammen aufrecht auf seiner Schwanzflosse stand. Das wird Springen oder Hüpfen genannt. Er ist ein sehr gefährlicher Feind für Seeleute und Fischer; und sucht gierig nach Menschenfleisch.«



»Rostunger (der auch Rosmar genannt wird) ähnelt einem Seekalb: Er läuft über den Meeresboden mit vier Füßen, aber sehr kurzen. Seine Haut kann kaum mit einer Waffe durchbohrt werden. Er schläft zwölf Stunden am Stück mit seinen zwei langen Zähnen an einem Felsen oder einer Klippe hängend. Jeder seiner Zähne ist mindestens eine Elle lang, aber die Länge seines ganzen Körpers beträgt vierzehn Ellen.«



»Weißer Amber, Parmacity oder eine Grundart von Ambra, sie nennen es gewöhnlich Hualambur.«



»Blöcke und Stämme von Bäumen, durch die Kraft des Windes und heftige Stürme entwurzelt von den Klippen Norwegens, hin und her geworfen und durch viele Stürme geführt, treiben hier entlang oder ruhen an diesem Ufer.«



»Gewaltige und wunderbare große Eisschollen, mit der Flut aus der eiskalten See hierher gebracht, machen großen und schrecklichen Krach; einige Stücke davon sind oft vierzig Cubits lang; auf diesen sitzen in manchen Gegenden weiße Bären und beobachten die dummen Fische, die hier in der Nähe spielen und sich selbst präsentieren.«



ISLANDIA.

Der »Skate« ist ein Fisch, ein »Echter Rochen«. Im Unterschied zu allen anderen Rochen legt er Eier, deren Kapsel rechteckig ist. Der Volksmund nennt die Kapseln auch »Nixentäschchen«.



Die Tiere, die wir Seekühe nennen, leben nicht in Island, sondern im wärmeren Süden. Sie fressen Seegras und andere Wasserpflanzen. Einige Arten fressen oberhalb des Wasserspiegels Mangrovenblätter oder Wasserhyazinthen – mit echten Kühen können sie aber nicht leben.



Mit »Steipereidur« ist meistens der Blauwal, manchmal aber auch der Finnwal gemeint. Sie sind eng miteinander verwandt. Der Finnwal ist ein sehr schneller Schwimmer und wurde deswegen bis ins 19. Jahrhundert hinein so gut wie nie gejagt.



Delfine können auf ihren Fluken, den Schwanzflossen, tanzen. Dieses sogenannte Flossenlaufen lernen sie eigentlich durch Menschen, es wurde aber auch schon in der freien Wildbahn entdeckt.



»Odobenus rosmarus«, der wissenschaftliche Name des Walross', leitet sich davon ab, dass diese Robben »Zahngeher« sind. An Land ziehen sie sich mit ihren Stoßzähnen vorwärts und nutzen sie auch als Kopfstütze.



Ambra ist wie Wachs. Pottwale haben es in ihrem Verdauungstrakt und umhüllen damit alles, was ihr Magen nicht verdauen kann. Ambra stinkt, aber nach langem Kontakt mit Wasser und Luft wird aus dem Gestank ein Duft. Menschen benutzen das Wachs für teure Parfüms und für Medizin.



Treibholz war eine große Gefahr für die Schiffe der Fischer und Seeleute. Andererseits haben die Menschen in den arktischen Gebieten Treibholz gern zum Bauen und zum Heizen benutzt.



Wie auf der ISLANDIA-Karte richtig dargestellt, kommen Eisbären an Islands Küsten nur im Nordosten vor. Allerdings wird ihr Lebensraum durch den Klimawandel immer weiter in den Norden zurückgedrängt.



ISLANDIA.

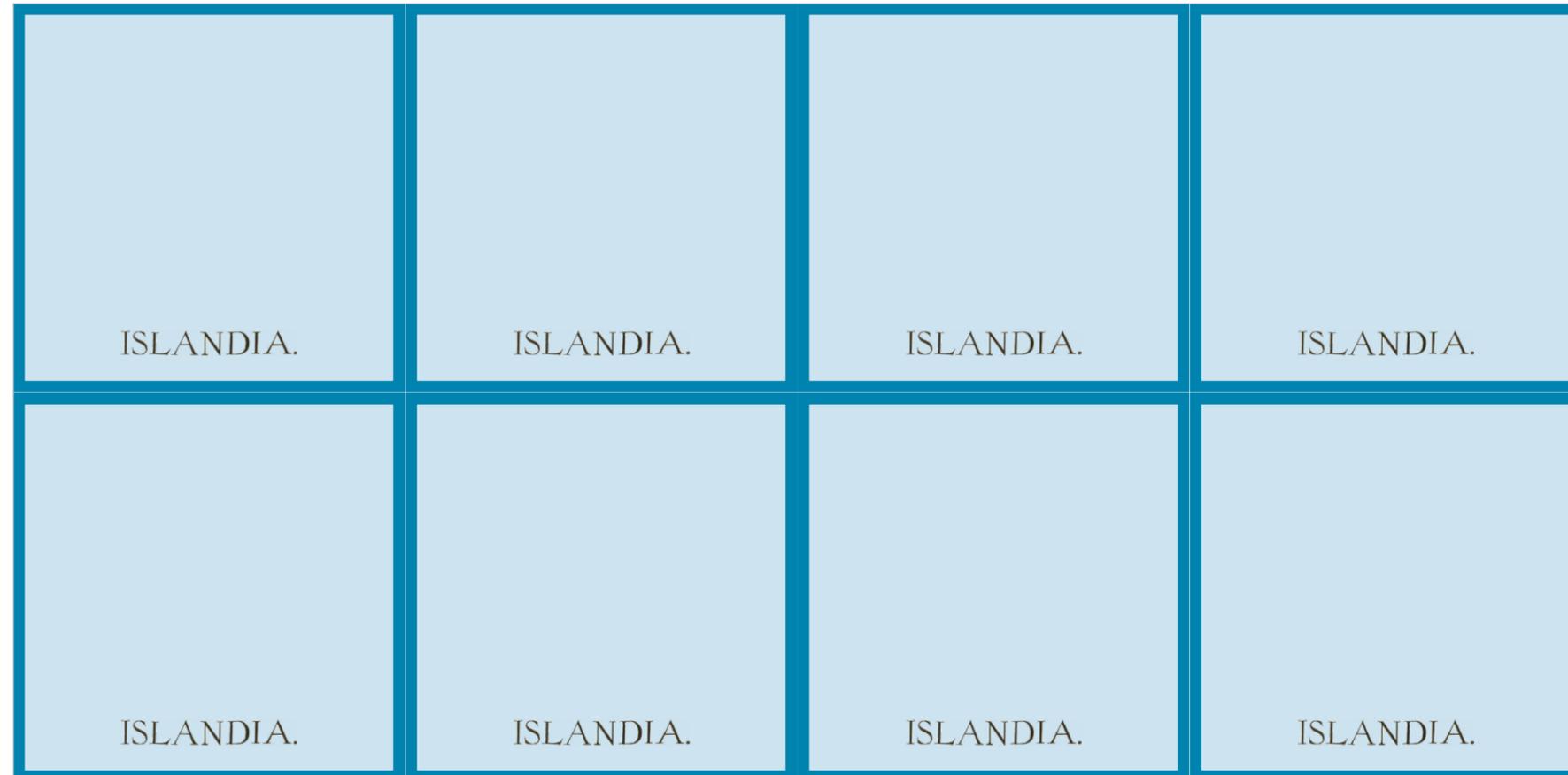


Abbildung 63  
Rückseite der Wissenskarten



Abbildung 64  
Inklusionsmatrix

#### 9.4.4 Inklusionsmatrix

Die zuvor gezeigten Elemente zeigen beispielhaft, wie ein Ausstellungsobjekt auf verschiedenen Ebenen erlebbar werden kann. Zur Evaluierung der vorgestellten Produkte wurde eine Matrix entwickelt. Sie prüft auf einfache Weise, wie inklusiv die Produkte gestaltet wurden. Dafür werden Niveaustufen für die Kompetenzen Sehen, Verstehen, Motorik und Sprache in einem Punktesystem dargestellt. Die Vielseitigkeit eines Produktes kann über eine Punktvergabe in zwei Schritten ermittelt werden:

**Schritt 1:** Punktevergabe für Verstehensanforderungen, die jemand zur Verwendung des Produktes benötigt, hier Schwarz dargestellt

**Schritt 2:** Punktevergabe für die maximale Produktvarianz, hier Blau dargestellt

Sehschärfe **Sehen**      Kognitive Fähigkeiten **Verstehen**      Motorische Fähigkeiten **Motorik**      Lese-/Sprachkompetenz **Sprache**



Sehschärfe von mind. 50%  
Sehschärfe von mind. 70%

Grundkompetenzen vorhanden  
Einfache Kompetenzen vorhanden  
Kompetent in diesem Bereich

Grundkompetenzen vorhanden  
Einfache Kompetenzen vorhanden  
Kompetent in diesem Bereich

Einfache Sprache  
Leichte Sprache  
Standardsprache

Je mehr schwarze Punkte vergeben sind, desto anspruchsvoller ist das Produkt.  
Je mehr blaue Punkte ergänzt werden, desto anwendungsbreiter ist das Produkt.

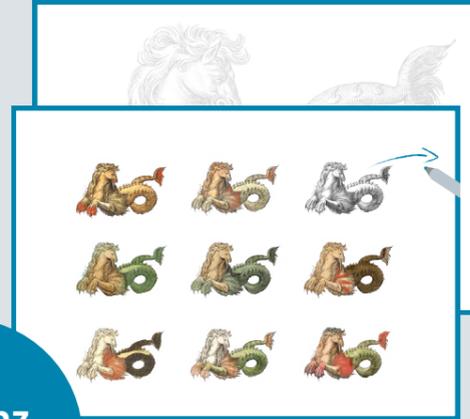
Anwendungsbeispiele

Produkt ohne Varianz:  
einseitiger Malbogen mit vorgezeichneter einfarbiger Illustration



**Varianz  
0 Punkte**

Produkt mit geringer Varianz:  
zweiseitiger Malbogen mit verschiedenen colorierten Vorlagen auf der zweiten Seite, die zur Auseinandersetzung mit der Farbgestaltung anregen sollen



**Varianz  
1 Punkt**



**Varianz  
3 Punkte**

Produkt mit höherer Varianz:  
zweiseitiger Malbogen mit verschiedenen colorierten Vorlagen und einem stark vereinfachten Text in Leichter Sprache



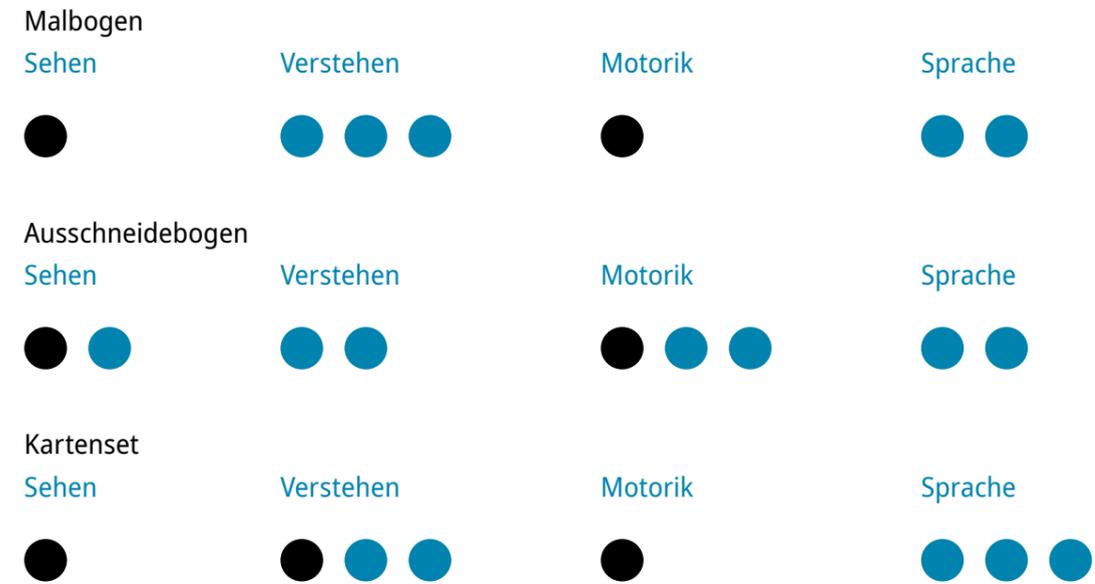
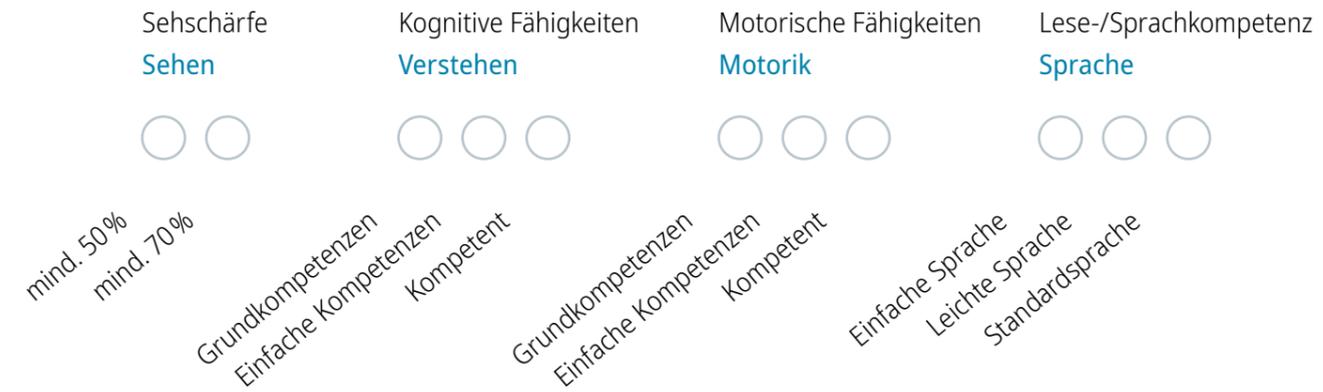
**Varianz  
5 Punkte**

Produkt mit höherer Varianz:  
zweiseitiger Malbogen mit verschiedenen colorierten Vorlagen, einem stark vereinfachten Text in Leichter Sprache und einem vertiefenden Text in leicht gehaltener Standardsprache



Abbildung 65  
Inklusionsmatrix in  
Anwendungsbeispielen

## Bewertung der ISLANDIA-Produkte



Varianz 5 Punkte

Varianz 7 Punkte

Varianz 5 Punkte

## 9.5 Zwischenfazit

In der zuvor dargestellten Objektpräsentation wird deutlich, welchen Einfluss inklusive Gestaltung auf Ästhetik hat. Obwohl erklärende Informationen stark reduziert sind, nehmen Textflächen aufgrund vergrößerter Schriftdarstellung enormen Raum ein. Das Größenverhältnis zwischen ausgestellttem Objekt und Objektbeschriftung liegt im vorgestellten Beispiel bei ca. 1:3. Damit sich der Fokus nicht zu stark vom Objekt zur Objektbeschriftung verlagert, muss das Verhältnis bei jeder Objektpräsentation besonders gut austariert werden.

Inklusive Gestaltung bedeutet auch einen höheren Materialverbrauch, wie anhand des Kartensets sichtbar wird. Sollen Ressourcen geschont werden, ist eine genaue Abwägung vonnöten. Ressourcenschonend sind Produkte, wenn sie für eine längere Nutzungsdauer entwickelt und wenn sie aus möglichst natürlichen und recyclefähigen Materialien hergestellt sind.

Die Inklusionsmatrix kann inklusive Designprozesse unterstützen. Das einfach anwendbare Punktesystem lässt sich je nach Produkthanforderung verändern. Im hier dargestellten Beispiel werden alle Produkte auf Karton, einem vergleichsweise umweltfreundlichen Material, gedruckt. Kommen verschiedene Materialien oder auch schwer zu recycelnde Verbundstoffe bei einer Produktentwicklung infrage, so wäre die Matrix auf Umweltverträglichkeitskriterien hin auszubauen.

Abbildung 66  
Produktbewertung nach  
Inklusionsmatrix

## 10 Verschiebung der Willkommenskultur

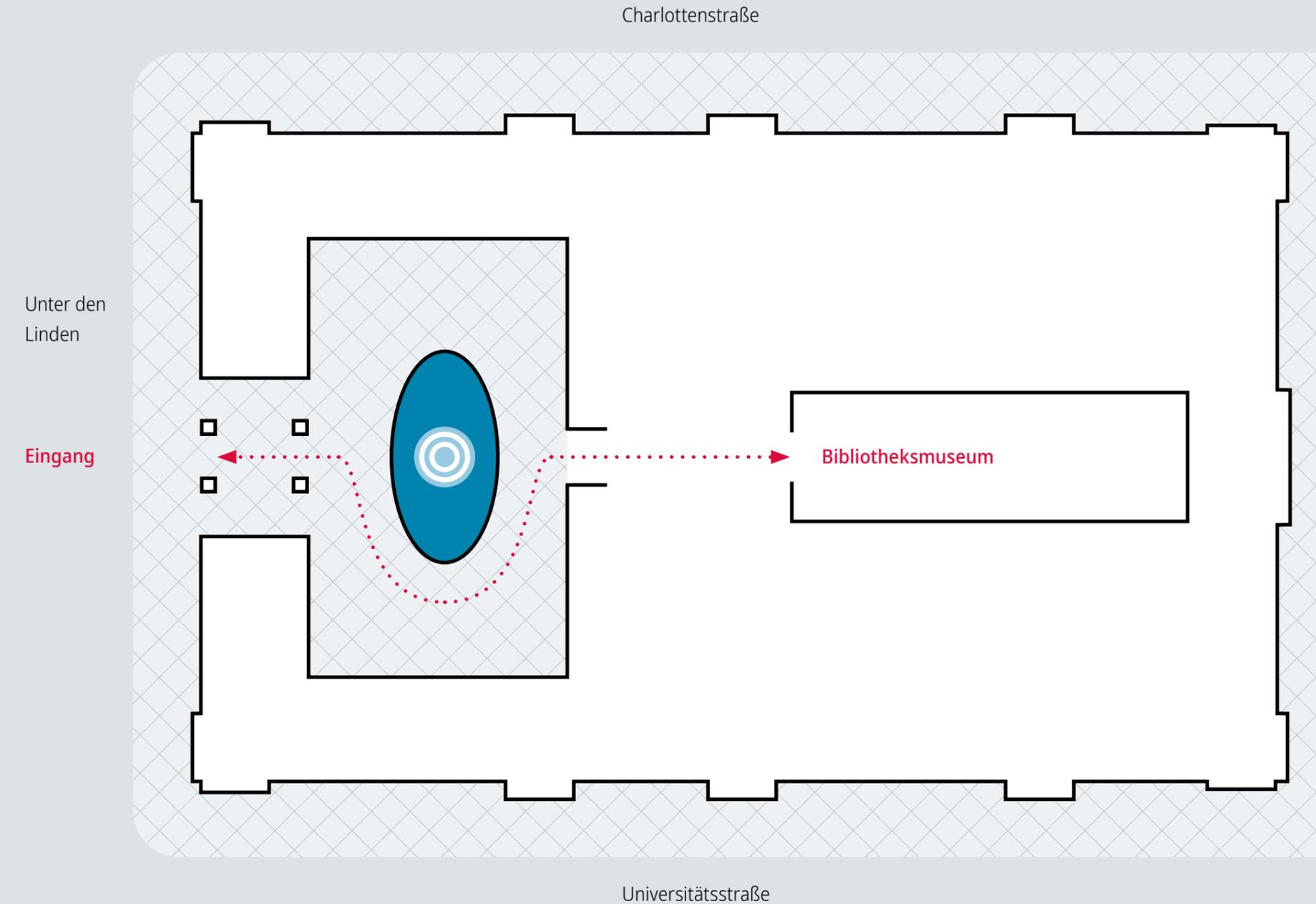
»Kultur für alle« ist aktuell eine »Kultur für die Hälfte«. Trotz aller Bemühungen gelingt es Kultureinrichtungen kaum, neue Zielgruppen zu erschließen (vgl. S. 40 ff). Einerseits haben Menschen eigene Hürden wie mangelndes Interesse, wenig Zeit oder kaum Möglichkeiten, Geld für Kultur auszugeben. Andererseits fällt es Menschen mit motorischen Einschränkungen nach wie vor schwer, ein Museum im Stadtraum überhaupt zu erreichen.

Eine Lösung kann darin bestehen, den Menschen entgegenzukommen. Das kann materiell geschehen, indem beispielsweise Eintrittsgelder auf Freiwilligenbasis erhoben werden. Das kann aber auch logistisch geschehen, indem eine Kultureinrichtung ihr Angebot örtlich verlagert, und zwar dorthin, wo neue Zielgruppen sind. Wie lässt sich eine örtliche Verlagerung anhand des Museums exemplarisch darstellen?

Das künftige Bibliotheksmuseum im Gebäude der Staatsbibliothek ist von der Straße Unter den Linden nur über einen Innenhof erreichbar. Das Konzept des im Jahr 1913 eröffneten Bibliotheksgebäudes sah vor, die vom tosenden Boulevard kommenden Gäste über einen als Garten angelegten Hof zu führen, um sie auf die stille und konzentrierte Atmosphäre einer Bibliothek einzustimmen. Das vereinfacht den Zugang nicht. Vielmehr ist zu befürchten, dass Passant:innen mangels Impuls am Gebäude vorbeigehen.

Abbildung 67  
Skizzenhafter Grundriss der Staatsbibliothek zu Berlin

Zugang zum Museum durch eine Säulenhalle und durch den Brunnenhof



## 10.1 Raus aus dem Museum

Ein erster Schritt zur Verschiebung der Willkommenskultur kann die Einbindung des Brunnenhofs sein. Damit könnten Museumsinhalte näher an die Straße und in Sichtweite der Vorübergehenden rücken. Der Hof ist barrierefrei zugänglich und mit einem Springbrunnen, Sitzbänken und Grünflächen ausgestattet. Die gesamte Anlage wurde in den vergangenen Jahren umfangreich saniert. Ab dem Frühjahr 2021 wird der Springbrunnen mit seiner mehrere Meter hohen Fontäne wie schon vor 100 Jahren die Atmosphäre des Hofes prägen.

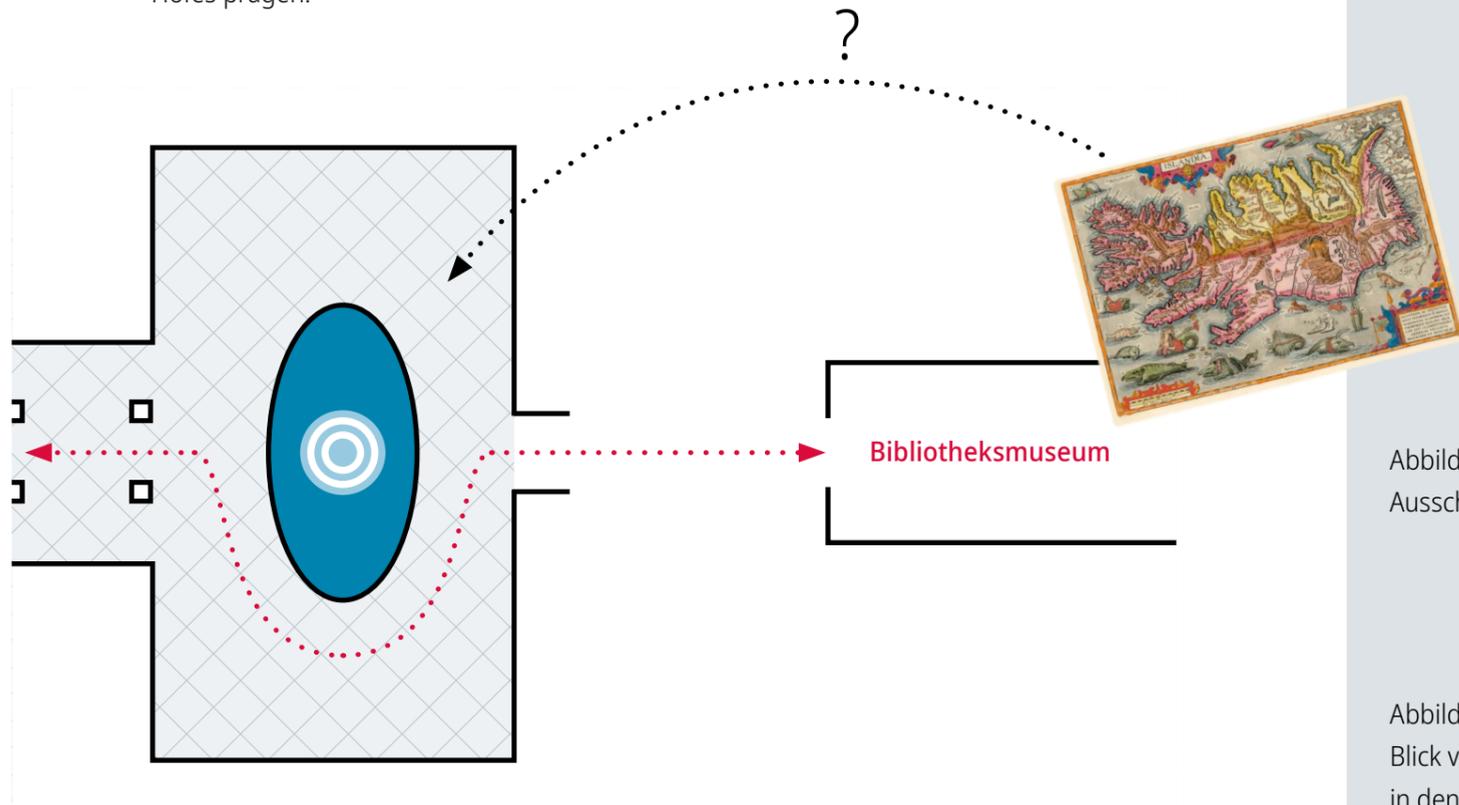


Abbildung 68  
Ausschnitt Brunnenhof

Abbildung 69  
Blick von der Straße Unter den Linden  
in den Brunnenhof im Frühjahr 2020



Natürlich ist es nicht möglich, eine papierne Überlieferung aus dem 16. Jahrhundert in einem Außenbereich zu präsentieren. Daher sollen Tiere der ISLANDIA-Karte stellvertretend für das Original in starker Vergrößerung auf witterungsbeständige Forexplatten gedruckt und im Laserschnitt entlang der Konturen ausgefräst werden. Stellt man die Figuren in das Becken des Springbrunnens, präsentieren sie sich in ihrem Element, dem Wasser.

Täglich gehen tausende Menschen am Eingangsbereich der Bibliothek entlang. Die im Wasser hüpfenden und schwimmenden Tiere sollen die Neugier von Passant:innen wecken und sie zu einem Besuch des Originals anregen.



Abbildung 70  
Simulation der Wassertiere: wie bei einer Beachflagge werden sie mit elastischen Stäben auf einer schweren Metallplatte befestigt und können sich im Wind bewegen

Breite der Tiere: ca. 1,50 m  
Metallplatte im Durchmesser: ca. 0,70 m

Abbildung 71  
Fotomontage des Brunnenhofs



## 10.2 Neue Zielgruppen abholen

### 10.2.1 Mit dem BerKönig

›Jemanden dort abholen, wo er ist‹, heißt es häufig im Volksmund und bedeutet, dass man sich voll und ganz auf sein Gegenüber einstellt, um mit ihm einen gemeinsamen Weg zu gehen. Um neue Zielgruppen zu erschließen, soll dieser Ausspruch auch wörtlich genommen werden. Vor allem Menschen mit motorischen Einschränkungen kommen kaum ins Museum, weil Innenstädte nach wie vor Barrieren aufweisen, die ihnen den Weg dorthin enorm erschweren (vgl. S. 42 ff). Bauliche Barrieren im öffentlichen Raum kann eine Kultureinrichtung nicht beseitigen. Aber sie kann einen Fahrdienst speziell für Menschen mit Beeinträchtigungen einrichten. Wie kann das im konkreten Beispiel aussehen?

Im Jahr 2018 haben die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) gemeinsam mit dem StartUp ViaVan den Ridesharing-Dienst ›BerKönig‹ ins Leben gerufen. Basierend auf der Idee des Sammeltaxis können bis zu sechs Fahrgäste binnen weniger Minuten abgeholt und in einem barrierefreien Kleinbus an einen Wunschort befördert werden. Mit der Idee möchte die BVG ein alternatives Beförderungsangebot speziell zur Abdeckung von Randzeiten schaffen. Das heißt, die Kleinbusse sind ausschließlich abends, nachts und an Wochenenden im Einsatz. Ein Vertrag mit der BVG soll regeln, dass die Kleinbusse an Wochentagen eingesetzt werden, um Menschen und ggfs. ihre Betreuer:innen direkt von Wohngemeinschaften und sozialen Einrichtungen abzuholen und bis zum Eingang des Museums zu befördern.

Dafür erhält der Verein ›die reha e. v.‹ Werbekarten und Plakate zur Verteilung in seinen Einrichtungen. Der Verein ist als Sozialdienstleister in den Bereichen Behindertenhilfe, Psychosoziale Dienste, Kinder- und Jugendhilfe, Berufliche Integration und Bildung in Berlin und Brandenburg tätig und Mitglied im Dachverband ›Der Paritätische‹.<sup>64</sup>



Abbildung 72  
Kleinbus des Ridesharing-Dienstes  
BerKönig  
Foto: imago images/Stefan Zeitz



Abbildung 73  
Blick in eine vom Verein die reha e. v.  
begleiteten Wohngemeinschaft  
Foto: die reha e. v.

### 10.2.2 Mit einem genussvollen Angebot

Nur aufgrund bereits gemachter positiver Erfahrungen könne eine intrinsische Motivation entstehen, sagt Michael Komorek und liefert eine Idee gleich mit: Eis essen.

Seit 2013 wird der 24. März auf Beschluss des EU-Parlamentes als ›Europäischer Tag des handwerklich hergestellten Speiseises‹ begangen. ›Jede nationale Vereinigung organisiert auf Eigeninitiative und in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Partnern Parallelveranstaltungen und lokale Aktionen, um das Speiseeis in seiner Reinheit und Frische bei Verbrauchern und in den Medien in den Vordergrund zu stellen.‹<sup>65</sup>

Am Mittwoch, 24. März 2021, soll die Eispatisserie ›Hokey Pokey‹ im Brunnenhof ein Eis nach isländischem Rezept anbieten. Wegen seiner ausgefallenen Eiskreationen ist Hokey Pokey in der ganzen Stadt bekannt. Die Kooperation ist einfach umsetzbar und hat einen Mehrwert für beide Seiten. Die Eisdiele produziert am Vortag eine traditionelle isländische Eissorte. Die Staatsbibliothek stellt die Kühleinheit ihrer Cafeteria in den Brunnenhof, wo Hokey Pokey sein Eis an einem prominenten und viel belauften Ort verkaufen kann.

Auf diese Weise lässt sich ein leicht zugängliches Angebot schaffen, das viele Menschen anspricht. Verbunden mit einem Fahrservice dürfte das Angebot vor allem für Menschen mit motorischen Beeinträchtigungen interessant sein. Einem anschließenden Ausstellungsbesuch steht keine bauliche Hürde mehr entgegen.



Abbildung 74  
Eisbecher der Eispatisserie  
Hokey Pokey  
Foto: Hokey Pokey



Abbildung 75  
Tiefkühltruhe mit  
Glasschiebedeckel  
Foto: Lagastro

### 10.3 Teilhabemöglichkeiten für viele schaffen

#### 10.3.1 Geysir-Ausbruch

Direkte Nachbarin der Bibliothek ist die Humboldt-Universität zu Berlin. Sie ist durch eine eng verflochtene gemeinsame Geschichte und durch aktuelle Kooperationsprojekte partnerschaftlich mit der Staatsbibliothek verbunden.

Masterstudierende der Studiengänge Geografie, Biophysik und Chemie sollen in einem gemeinsamen Projekt das Verhalten von Geysiren untersuchen. In einer Simulation im Wasserbecken sollen physikalische Zusammenhänge bei einem Geysir-Ausbruch dargestellt werden. Durch unterschiedlichen Druck kann die Wasserfontäne in Sekunden hochschnellen und in unterschiedlichen Höhen sprudeln. Aufsteigende Luftblasen können durch Sauerstoffzufuhr im Wasserbecken simuliert werden. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung der Studierenden lässt sich mit einer publikumswirksamen Aktion für das Museum verbinden: einem öffentlichen Geysirausbruch in Berlins Mitte.

#### 10.3.2 Wissenschaft für alle

Angelehnt an die Idee der ›Offenen Wissenschaften‹ können Teilhabemöglichkeiten geschaffen werden, indem zum Mitmachen aufgerufen wird. Interessierte können als Beobachter:innen, Zeitnehmer:innen oder Datenauswerter:innen selbst aktiv und damit Teil der Forschungsgruppe werden. Im hier dargelegten Beispiel soll ein Team aus Studierenden der Humboldt-Universität diese Aktion koordinieren.

#### 10.3.3 Führungen von Profis

Die für das Publikum leicht zugängliche Aktion kann eine thematische Vertiefung in der Präsentation der ISLANDIA-Karte finden. Darin sind Geysire und Quellen verzeichnet, anhand derer wissenschaftliche Mitarbeiter:innen und Studierende im historischen Kartenbild zeigen können, was Zuschauer:innen kurz zuvor im Experiment erleben konnten.

Solche Führungen von Profis werden nicht nur im Zusammenhang mit dem Geysir-Ausbruch, sondern während des gesamten Ausstellungszeitraums angeboten (vgl. Zeitplan auf S. 132).

### 10.4 Zwischenfazit

Die Ideen zeigen, wie ein Museum sich breiter öffnen und leichte Zugänge für viele schaffen kann. Weil die Öffnung von Kultureinrichtungen bisher kaum zu einer Ausweitung von Zielgruppen geführt hat, geht das Konzept einen Schritt weiter: es holt neue Zielgruppen nicht nur sprichwörtlich, sondern auch tatsächlich ab und verschiebt die eigene Willkommenskultur bis an die Haustür seiner Kund:innen.

Welcher Kommunikationsmittel es bedarf, damit die Ideen eine greifbare Form erhalten und in eine Kampagne eingebunden werden können, wird auf den nächsten Seiten dargestellt.

# 11 Kampagne ISLANDIA

## 11.1 Textelemente

Die Kommunikation der Kampagne ist einfach und aktivierend. Sie besteht aus drei Motiven, einem allgemeinen Ausstellungsmotiv und zwei aktionsbezogenen Motiven.

Motiv 1: Ausstellung

## Komm nach ISLANDIA

wenn du erfahren möchtest, was da schwimmt.

Motiv 2: Aktion Eis essen

## Sei dabei

wenn das Eis nach Island schmeckt!

Motiv 3: Aktion Geysir-Ausbruch

## Sei dabei

wenn das Wasser durch die Luft fliegt!

Wiederholung Abbildung 44  
Vorderseite der ISLANDIA-Karte aus  
der Kartensammlung der Staats-  
bibliothek zu Berlin – PK

Abbildung 76  
Gestaltungselemente der Kampagne  
ISLANDIA

## 11.2 Gestaltungselemente

Die aus dem Springbrunnen bekannten Wassertiere finden sich auch im Designkonzept wieder, allerdings hier in einem grafischen Umfeld. Aus einem Gestaltungselement, angelehnt an die Draufsicht der Fontäne im Springbrunnen, wird eine rasterartige Wasserfläche erstellt. Die Kampagne heißt ISLANDIA. Der Schriftzug ist der Karte entnommen. Alle weiteren verwendeten Schriften entsprechen den Schriftgrößen der Musuemstexte (vgl. S.86).



## 11.3 Kommunikationsmaterialien

### 11.3.1 Werbekarten

Format: DIN A5 / Umfang: zweiseitig



Abbildung 77  
Titelmotiv Ausstellung

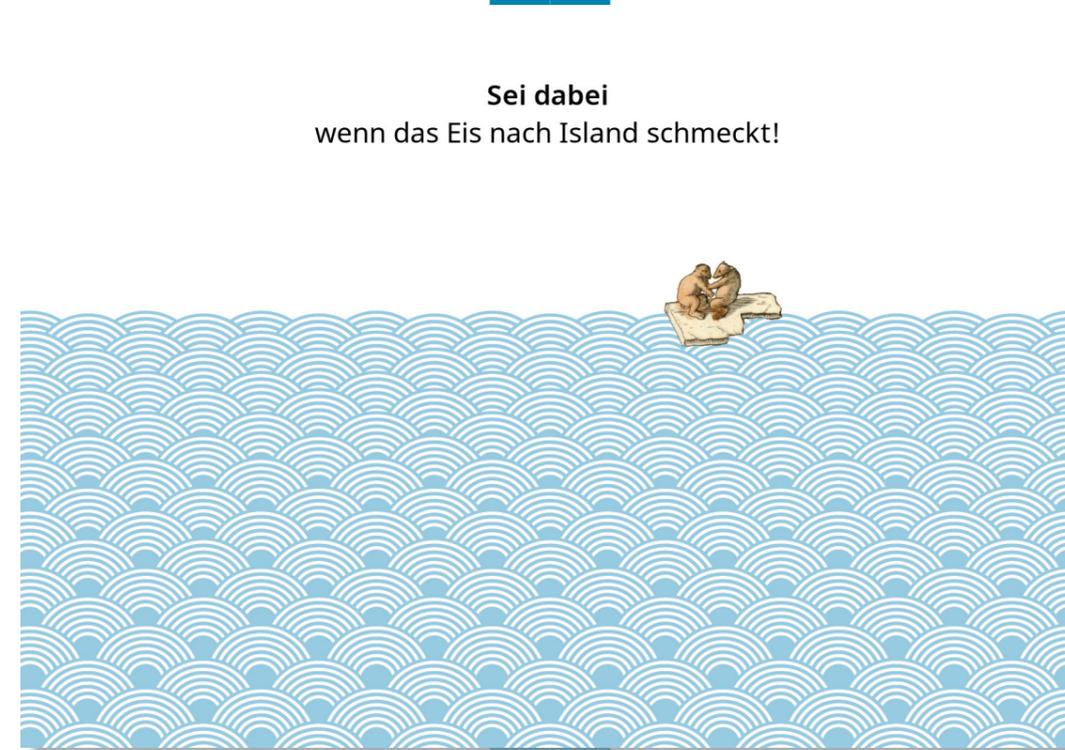


Abbildung 78  
Titelmotiv Aktion Eis essen



Abbildung 79  
Titelmotiv Aktion Geysir-Ausbruch

Auf der Rückseite sind alle konkreten Informationen aufgeführt. Rahmenecken fordern dezent dazu auf, ein Foto zu machen, um es in sozialen Netzwerken zu teilen.

Die Staatsbibliothek präsentiert  
ungeheuerliche Seekarten:

**20. – 31. März 2021 · täglich 10–20 Uhr**

Bibliotheksmuseum  
Unter den Linden 8  
10117 Berlin

freier Eintritt  
barrierefreier Zugang



ISLANDIA.

Abbildung 80  
Rückseite Motiv Ausstellung

Hokey Pokeys Eiswagen bringt Blaubeer-  
Eis in den Brunnenhof:

**Mittwoch, 24. März 2021 · 13 bis 19 Uhr**

Bibliotheksmuseum  
Unter den Linden 8  
10117 Berlin

freier Eintritt  
barrierefreier Zugang

Europäischer Tag  
des handwerklich  
hergestellten  
Speise-  
Eises



ISLANDIA.

Abbildung 81  
Rückseite Aktion Eis essen

Gemeinsam mit Studierenden der  
Humboldt-Universität simulieren wir  
einen Geysir-Ausbruch im Brunnenhof:

**Mittwoch, 31. März 2021 · 15 Uhr**

Bibliotheksmuseum  
Unter den Linden 8  
10117 Berlin

freier Eintritt  
barrierefreier Zugang

Aktion Offene  
Wissenschaften  
[www.islandia-berlin.de](http://www.islandia-berlin.de)

ISLANDIA.

Abbildung 82  
Rückseite Aktion Geysir-Ausbruch

### 11.3.2 Gebäudesignalisation

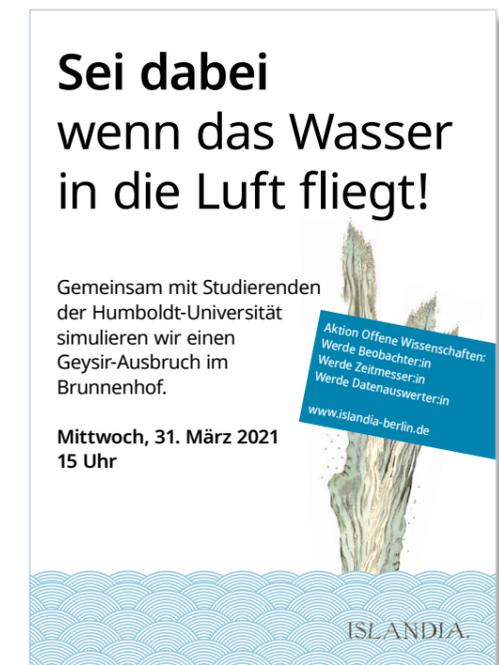
Im Eingangsbereich der Staatsbibliothek sind Werbeflächen vorhanden, die aktionsbezogen verwendet werden können. Um diese Flächen zu nutzen, sollen drei großformatige Stoffbanner und zwei Plakate hergestellt werden. Die Banner hängen in einer Höhe von ungefähr 6 Metern und sollen auch vom vorbeifahrenden Verkehr wahrgenommen werden. Daher sind die Texte stark reduziert und wiederholen sich. Die Stoffbanner werden aus PVC-freiem und umweltfreundlichem Material hergestellt (siehe Budgetplan auf S.136).



Abbildung 83  
Stoffbanner  
Format 2,30 x 3,50 m,  
hier in 3 % der Originalgröße  
dargestellt  
Größe der Überschrift: 950 pt  
Größe der Texte: 450 und 280 pt

Abbildung 84  
Gebäudeplakate  
Format DIN A1 (594 x 841 mm),  
hier in 11 % der Originalgröße  
dargestellt  
Größe der Überschrift: 180 pt  
Größe der Texte: 70 pt

Die Gebäudeplakate auf dickem Kartonpapier werden in einer Höhe von ca. 1,50 m platziert. Die Informationen sind so gestaltet, dass sie von Vorbeigehenden gut wahrgenommen werden können.



### 11.3.3 Internet und Soziale Medien

Am 8.12.2020 wurde die Internetadresse

- <https://www.islandia-berlin.de>

angelegt. Auf einer Seite sind alle Kampagneninhalte gebündelt abrufbar und eine Anmelde­möglichkeit für die Aktion ›Offene Wissenschaften‹ hinterlegt. Weil es sich um eine fiktive Kampagne handelt, die nun in die digitale Öffentlichkeit tritt, wurden alle Ortsangaben gegen die Bezeichnung ›Beispiel‹ getauscht.

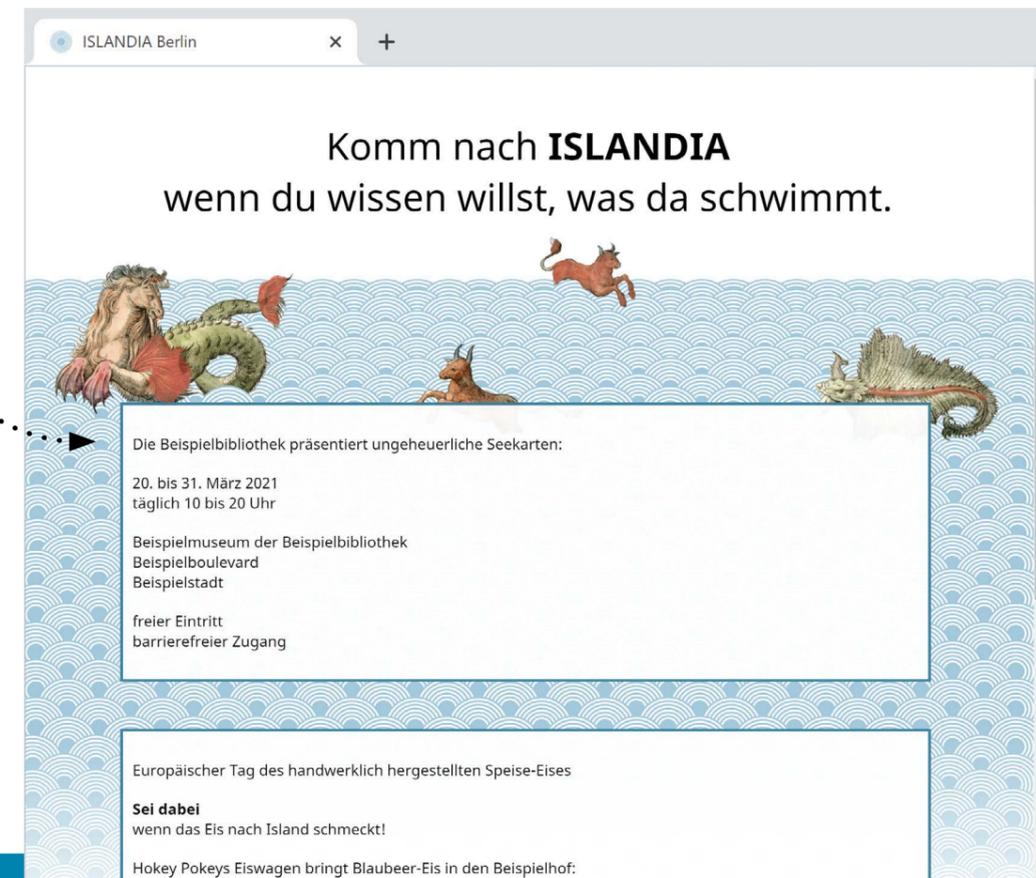


Abbildung 85  
Internetseite als Onepager

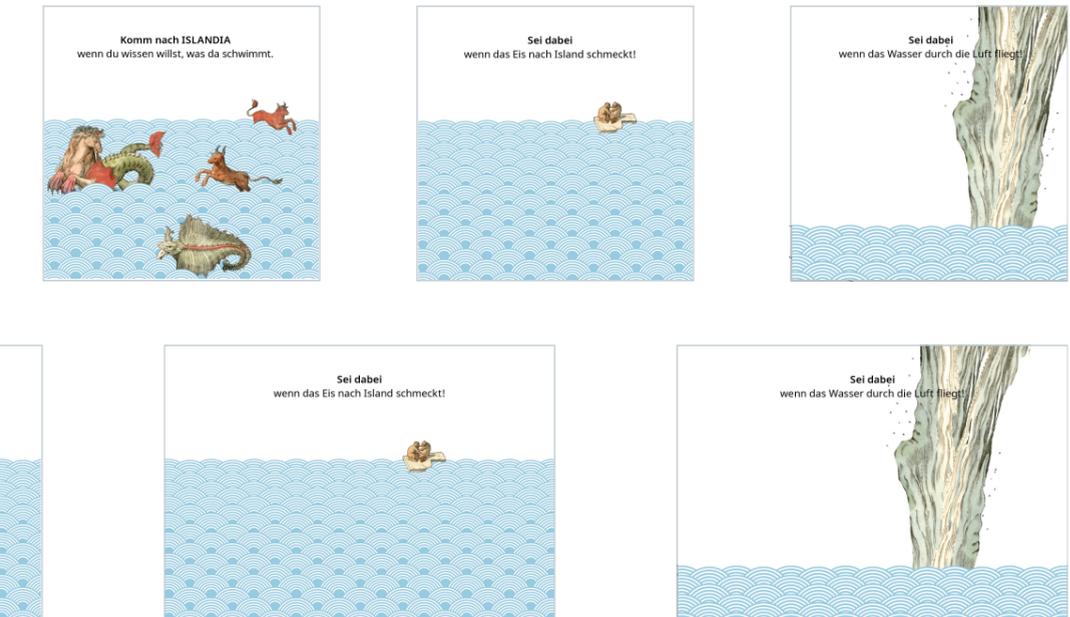
Abbildung 86  
Soziale Medien  
Profilbild und Formatadaptionen  
der Kampagne



Damit die Kampagne auch in sozialen Medien sichtbar ist, wurden am 12.12.2020 folgende Konten angelegt:

- <https://www.instagram.com/islandia.berlin>
- <https://twitter.com/islandiaberlin>
- <https://www.facebook.com/islandia.berlin>

Die Kampagnen­motive sind so angelegt, dass sie sowohl in rechteckiger als auch in quadratischer Form in sozialen Medien verwendet werden können. Alle öffentlich zugänglichen Inhalte werden am **Dienstag, 12. Januar 2021**, veröffentlicht. Der Tag entspricht dem Abgabetermin der vorliegenden Arbeit.



### 11.3.4 Pressemitteilung

Komm nach ISLANDIA!  
Staatsbibliothek zu Berlin eröffnet Sonderausstellung

Ab Samstag, den 20.3.2021, präsentiert die Staatsbibliothek besonders kuriose Schätze ihrer Kartensammlung. Zu sehen sind prächtig illustrierte See- und Landkarten aus dem ›Goldenen Zeitalter der Kartografie‹. Das zentrale Ausstellungsmotiv, eine Karte Islands, wurde 1570 erstmals in einem gebundenen und redaktionell aufbereiteten Werk in Antwerpen veröffentlicht und gilt heute als der erste moderne Atlas.

Mit ihrer Sonderausstellung verfolgt die Staatsbibliothek auch das Ziel, ihre Angebote neuen Besuchergruppen leicht zugänglich zu machen. Eigens dafür hat sie einen Shuttle-Service eingerichtet, der Menschen bei Bedarf abholt und bis vor die Haustür Unter den Linden 8 chauffiert. In Zusammenarbeit mit Studierenden der Humboldt-Universität wurde ein wissenschaftliches Begleitprogramm entwickelt, das die Zusammenhänge eines Geysir-Ausbruchs im Experiment simuliert. Als Bürgerwissenschaftler:in kann sich jeder am Experiment beteiligen. Weitere Informationen: [www.islandia-berlin.de](http://www.islandia-berlin.de).

Aus konservatorischen Gründen können die kostbaren Objekte aus Papier nur für kurze Zeit präsentiert werden. Daher endet die Ausstellung bereits nach 14 Tagen.

Zu einem Presserundgang laden wir Sie recht herzlich ein:

Freitag, 19.3.2021  
16 Uhr

Wir freuen uns, die Ausstellung anschließend mit Ihnen gemeinsam zu eröffnen.

Abbildung 87  
Bildmontage mit Sonnenschirm und  
Klebefolie für Eistruhe

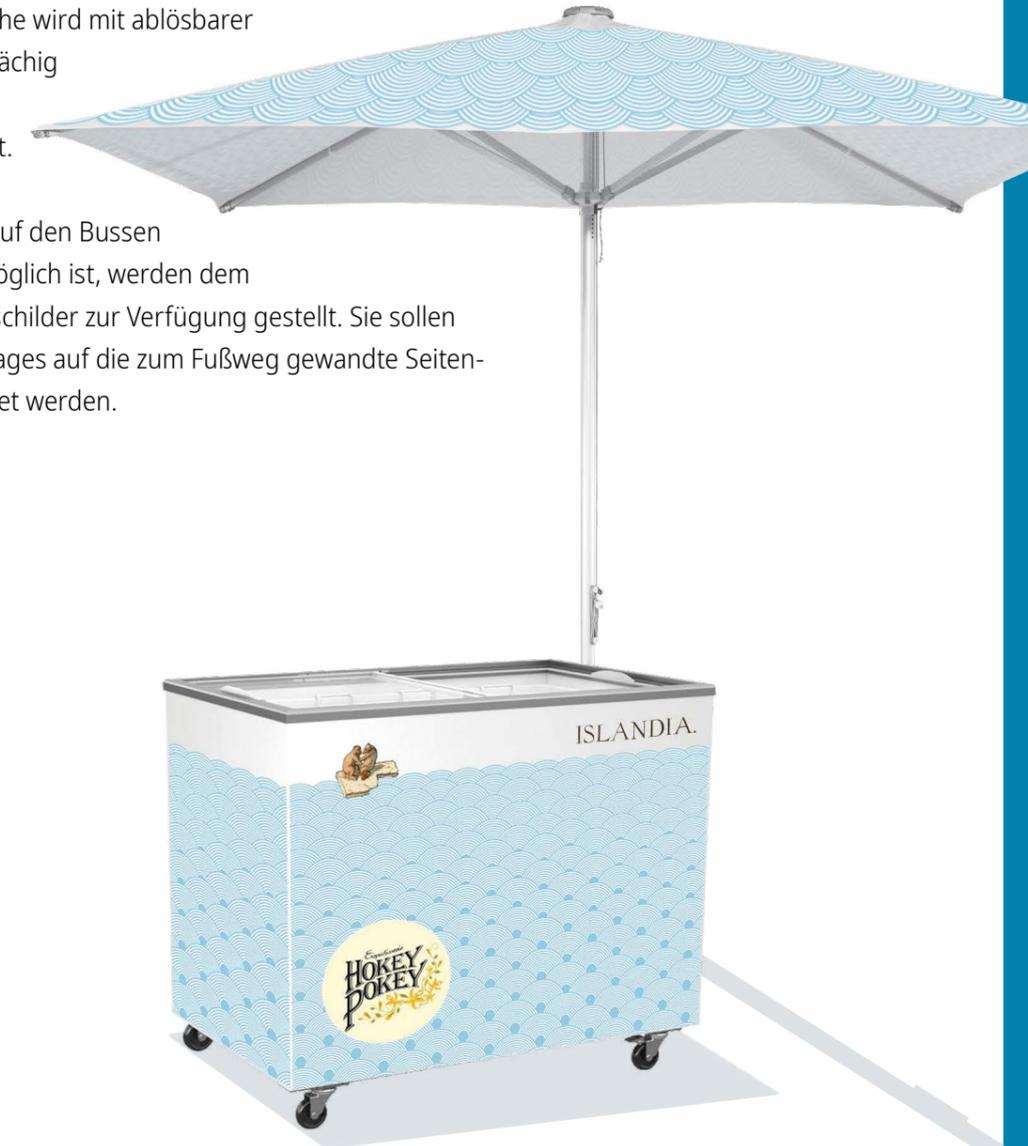
Abbildung 88  
Bildmontage mit Magnetschild zum  
flexiblen Einsatz auf BerKönig-  
Bussen

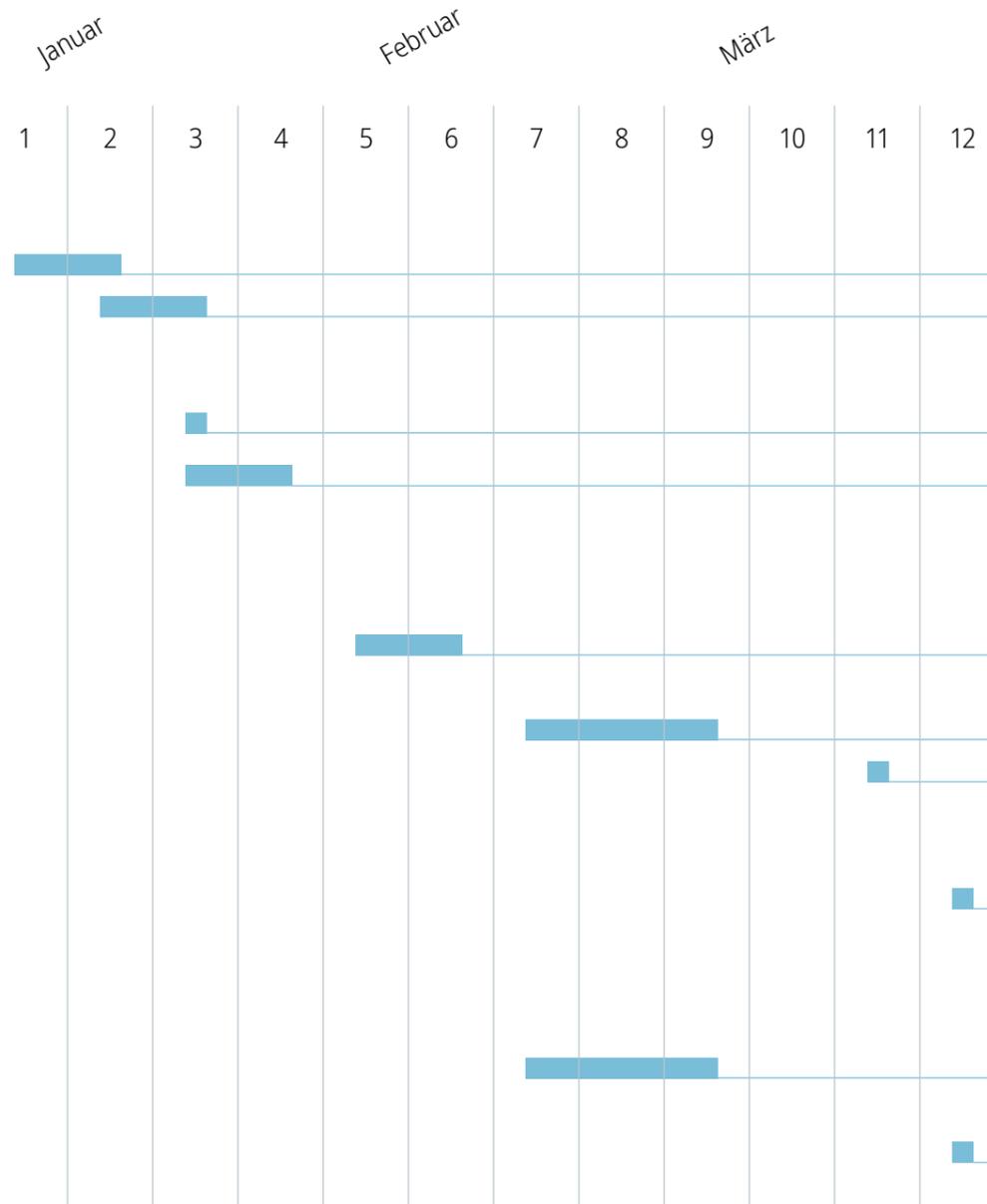


### 11.3.5 Ausstattungsgegenstände

Die vorhandene Eistruhe wird mit ablösbarer Folie beklebt. Ein vollflächig bedruckter Sonnenschirm wird eingekauft.

Weil ein Werbedruck auf den Bussen des BerKönig nicht möglich ist, werden dem Fahrpersonal Magnetschilder zur Verfügung gestellt. Sie sollen während des Aktionstages auf die zum Fußweg gewandte Seitentür jedes Autos geheftet werden.





#### Phase A

##### Aktionsübergreifend

- Kooperationsverträge vorbereiten
- Kooperationsverträge mit die reha e.V., Hokey Pokey und Humboldt-Universität abschließen
- Werkvertrag mit BVG abschließen
- Werkkarten produzieren

##### Aktion Eis essen

- Werkkarten in den Einrichtungen verteilen
- Zusagen sammeln
- Abholstationen entsprechend der Zusagen festlegen und an die BVG melden
- Fahrrouten festlegen

##### Aktion Geysierausbruch

- Team aus Studierenden zusammenstellen
- Anmeldungen annehmen und Teilnehmer:innen einteilen

- Museum
- Museum und alle Kooperationspartner:innen
- Museum und BVG
- Museum
- die reha e.v.
- die reha e.v.
- die reha e.v.
- BVG
- Humboldt-Universität
- Humboldt-Universität

#### 11.4 Realisierung und Zeitplan

Die Ausstellung wird in drei Realisierungsphasen aufgeteilt:

**Phase A: Gemeinsame Vorbereitung aller Akteur:innen – Januar bis März 2021**

**Phase B: Fertigstellung durch das Museum – März 2021**

**Phase C: Ausstellungszeitraum – März 2021**

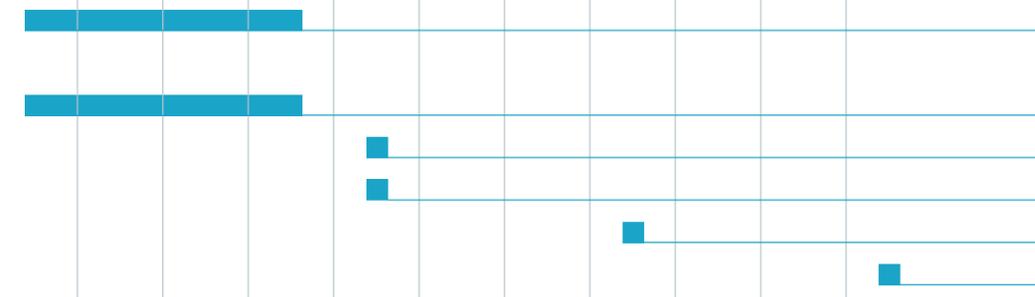
Kooperationsverträge regeln Zuständigkeiten und legen fest, wer welche Kosten übernimmt. Im vorliegenden Beispiel trägt das Museum alle Herstellungskosten für Kommunikationsmaterialien sowie die Fahrtkosten der BerlKönig-Busse. Die reha e.V. verantwortet das Informieren des Betreuungspersonals und das Verteilen der Postkarten in ihren Einrichtungen, sammelt alle Rückläufe und stellt sicher, dass die Kund:innen am Veranstaltungstag fahrbereit sind. Hokey Pokey produziert das Eis, stellt das Verkaufspersonal und behält den Verkaufsertrag. Die Studierenden der Humboldt-Universität stellen alle Materialien für die Simulation und koordinieren die Bürgerwissenschaftler:innen.

Samstag  
Sonntag  
Montag  
Dienstag  
Mittwoch  
Donnerstag  
Freitag  
Samstag  
Sonntag  
Montag  
Dienstag  
Mittwoch  
Donnerstag

6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18

10 11

- Phase B**
- Aktionsübergreifend**
- Fertigstellung Banner, Plakate, Magnetschild, Folie
  - Fertigstellung Figuren
  - Gebäudewerbung anbringen
  - Figuren ins Wasser
  - Pressemitteilung verschicken
  - Objekttransporte aus dem Tresor
  - Hängung im Ausstellungsbereich

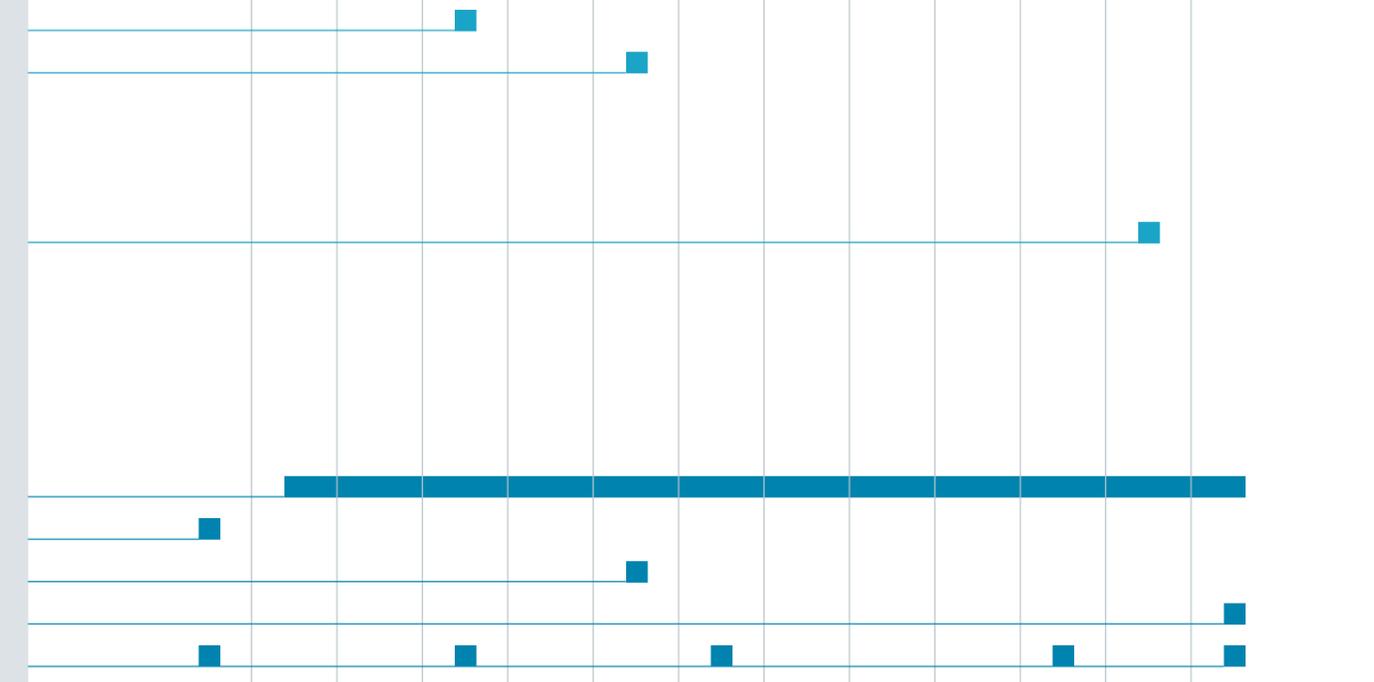


Freitag  
Samstag  
Sonntag  
Montag  
Dienstag  
Mittwoch  
Donnerstag  
Freitag  
Samstag  
Sonntag  
Montag  
Dienstag  
Mittwoch

19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

12 13

- Phase B**
- Aktion Eis essen**
- Eiswagen bekleben
  - Eiswagen im Außenbereich aufstellen
- Aktion Geysir-Ausbruch**
- Testlauf im Brunnenbecken
- Phase C**
- Gesamtlaufzeit
  - Vernissage / Presserundgang
  - Aktion Eis essen
  - Aktion Geysir-Ausbruch
  - Ausstellungsführungen



## 11.5 Budgetplan

### Stanzfiguren

4 gestanzte Motive inkl.

Kunststoffstab und Metallplatte

ca. 1,50 breit 2.400,00 € <https://www.jwdberlin.de>

---

### Stoffbanner Gebäude

PVC-freies Öko-Mesh

Auflage: 3 Stück

2,30 m breit x 3,50 m hoch 480,00 € <https://www.blickshop.de/oeko-banner/oeko-werbebanner/oeko-mesh-banner>

---

### Gebäudeplakate

auf dickem Kartonpapier

DIN A1 (594 mm breit x 841 mm hoch)

2 Motive

Auflage: jeweils 2 Stück 70,00 € <https://www.laser-line.de/werbemittel/plakate/poster-drucken>

---

### Werbekarten

3 Motive

DIN A6, 4/4-farbig, 300 g Bilderdruck matt

jeweils 1.000 Stück 200,00 € <https://pinguindruck.de/shop/postkarten-uvlack-partiell-einseitig>

---

### Werbeplakate DIN A3

1 Motiv

DIN A3, 4/4-farbig, 170 g Bilderdruck matt

100 Stück 40,00 € <https://pinguindruck.de/shop/plakate>

---

### Eistruhe

ablösbare Folienbeklebung

Frontmotiv, 1035 x 830 mm, 1 Stück 35,00 € <https://www.laser-line.de/werbetechnik/klebefolien/klebefolie-freiformat-bedrucken>

Seitenmotiv, 675 x 820 mm, 2 Stück 43,00 € <https://www.laser-line.de/werbetechnik/klebefolien/klebefolie-freiformat-bedrucken>

---

### Sonnenschirm Classic Best Square SG

Lieferung des Schirmes inkl.

vollflächigem Farbdruck

3 x 3 m 470,00 € <https://www.display-max.de/de/sonnenschirme/werbeschirm-eckig-3.0m-x-3.0m-inkl.-druck>

---

### Magnetschild für BerlKönig

60 x 80 mm

Auflage: 3 Stück 300,00 € <https://www.flyerpilot.de/magnetschilder>

---

### Werkvertrag BVG

3 Autos á 5 Touren inkl. Fahrpersonal 900,00 €

---

**Geschätzte Gesamtkosten 5.038,00 €**

Alle hier gemachten Angaben wurden am 6.12.2020 als Bruttokosten inkl. Lieferung und Versand recherchiert.

Die Kosten für den Werkvertrag mit der BVG wurden in Anlehnung an die Beförderungsentgelde für

die Nutzung des BerlKönig geschätzt (<https://www.berlkoenig.de/der-preis>).

## 11.6 Zusammenschau

Der in der vorliegenden Arbeit beispielhaft gewählte Handlungsort, die Staatsbibliothek zu Berlin, befindet sich in den letzten Etappen einer jahrelangen Sanierung. Zum Zeitpunkt der Drucklegung fanden die letzten Baumaßnahmen im Außenbereich statt, weshalb ein Gesamteindruck der Straßenfront mittels Skizzen visualisiert wird. Die Arbeiten im Brunnenhof sind abgeschlossen. Von der Verfasserin im Jahr 2020 erstellte Fotos dienen als Grundlage für zwei Bildmontagen. Sie vermitteln einen Eindruck der ISLANDIA-Kampagne und sind auf der folgenden Doppelseite dargestellt.

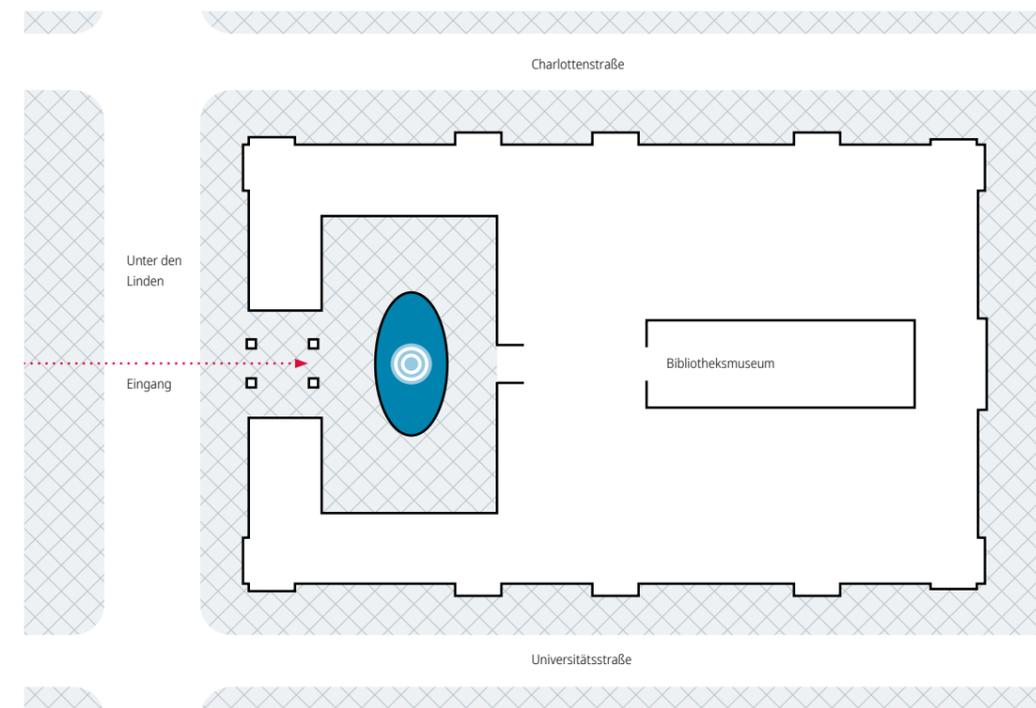


Abbildung 89

Grundriss, links dargestellt  
Der rote Pfeil stellt die Blickrichtung von Unter den Linden in den Brunnenhof der Staatsbibliothek dar.

Abbildung 90

Ansicht, rechts dargestellt  
Im oberen Bereich sind die Stoffbanner angebracht (vgl. S. 126). Ungefähr auf Augenhöhe befinden sich die aktionsbezogenen Gebäudeplakate.

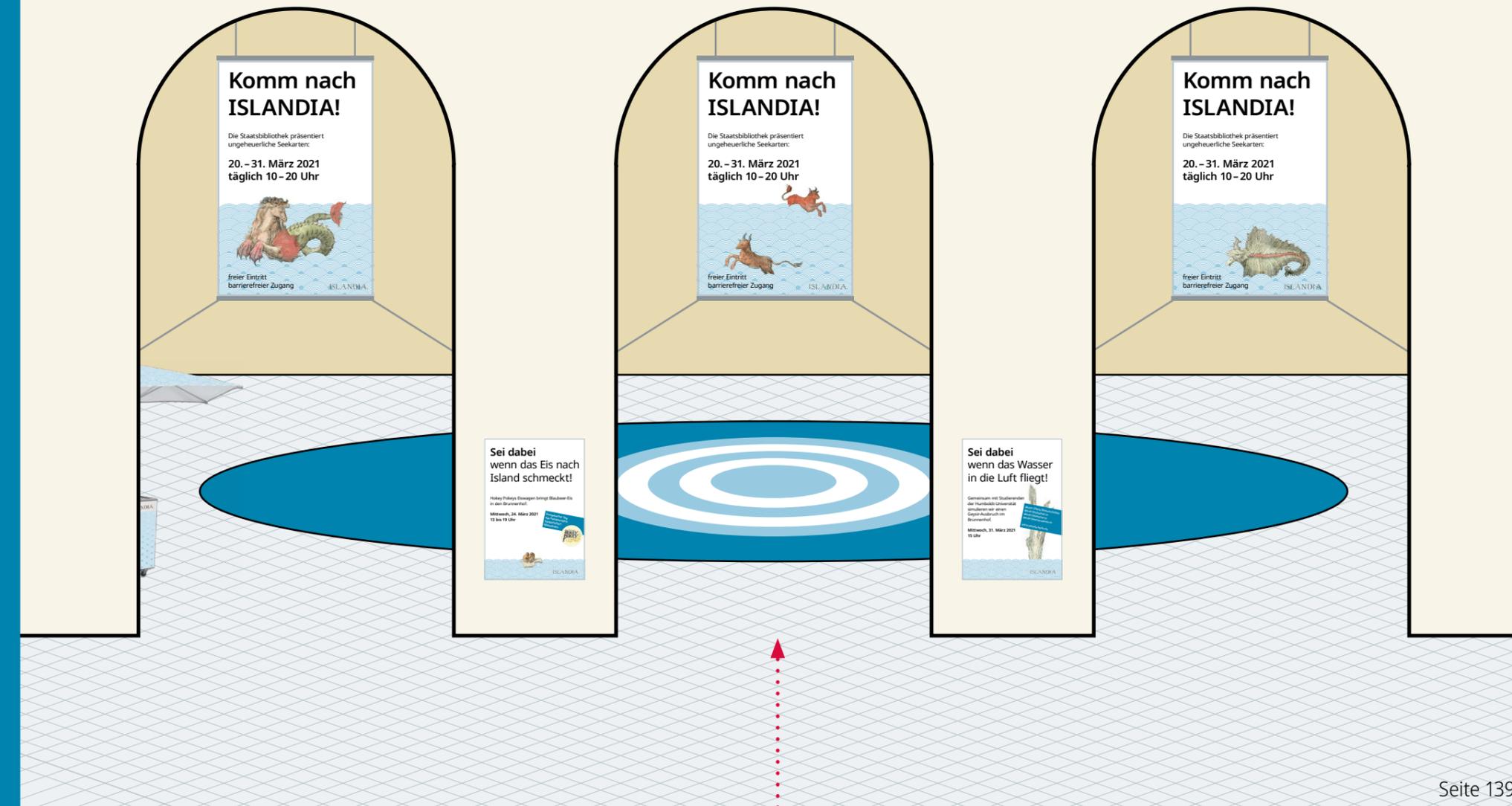
Auf den Folgeseiten:

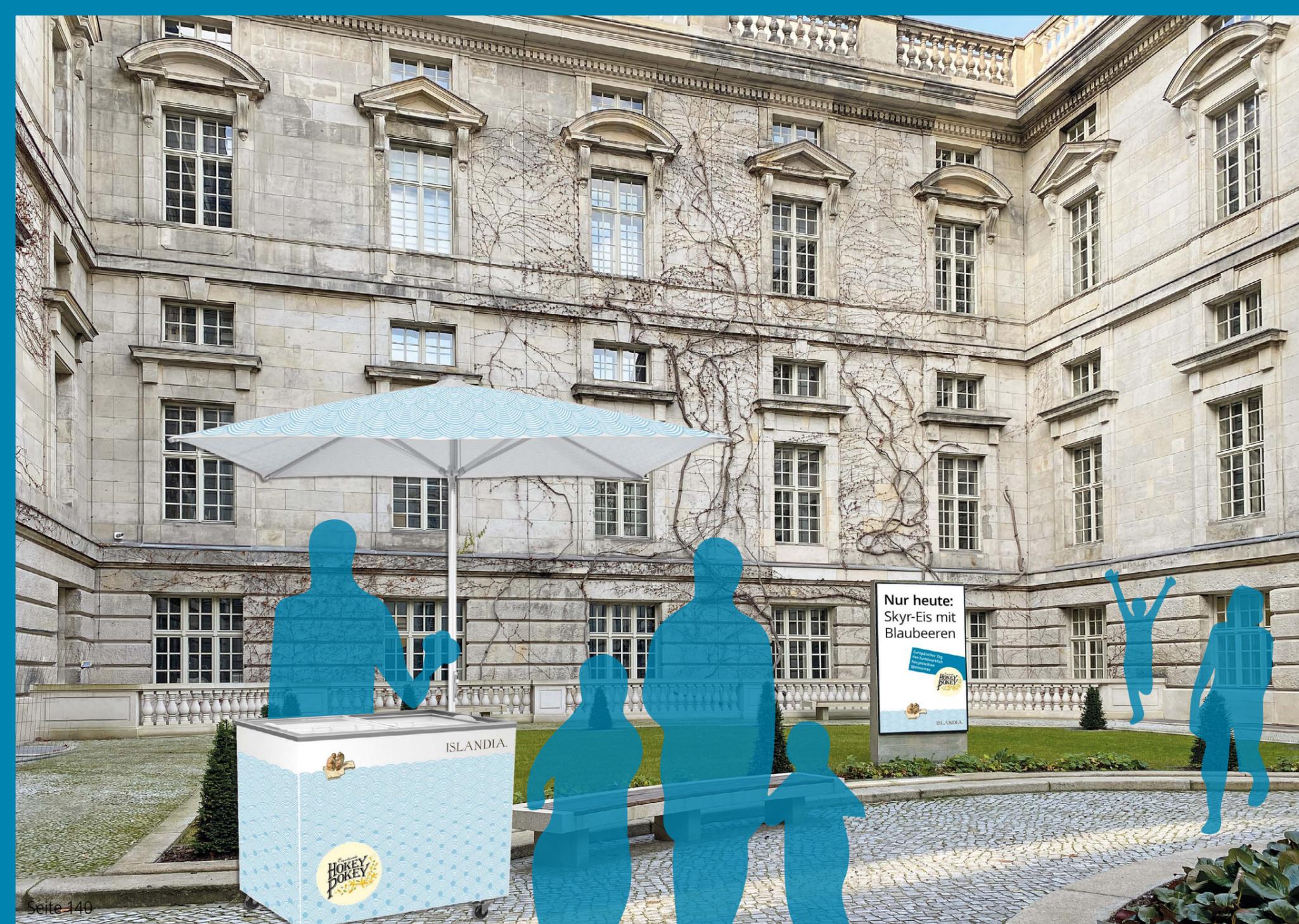
Abbildung 91

Bildmontage mit Eiswaagen im Hof, links

Abbildung 92

Bildmontage des Brunnens, rechts





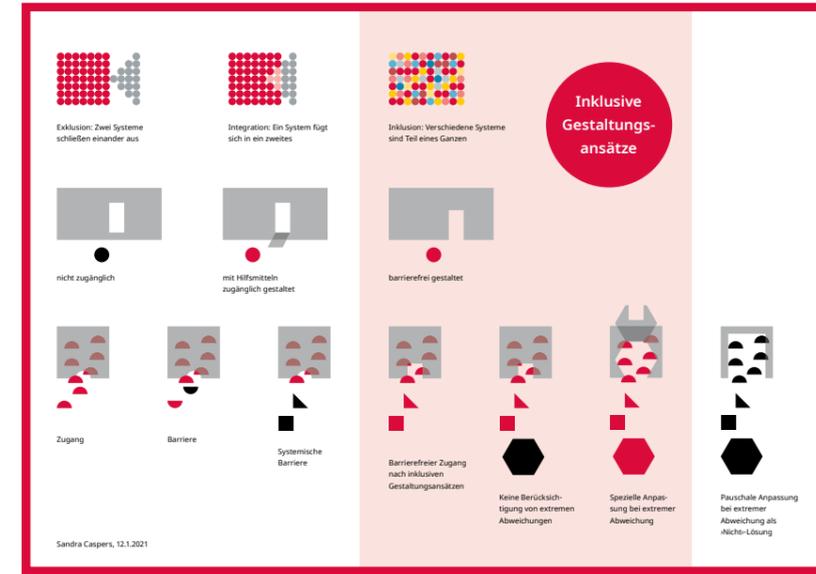
# 12 Fazit

## 12.1 Willkommenskultur

Komm nach ISLANDIA! Der Sprung in eine abenteuerliche Welt zeigt exemplarisch, wie eine Museumspräsentation vielen gerecht werden kann. Dabei kann bereits ein geringer Etat helfen, Ausstellungsinhalte stärker in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Gerecht ist, wenn möglichst viele Menschen das Angebot auch wahrnehmen können. Sie mit einem Shuttle-Service aktiv beim Erreichen des Museums zu unterstützen, ist ein Vorschlag für eine offene Museumskultur, die sich denen zuwendet, die bisher nicht zum Kreis der verlässlichen Besucher:innen gehören. In Anbetracht der hohen Kosten, die vor allem für Sonderausstellungen aufgewendet werden, könnten große Museen diesen Servicegedanken generell in ihren Konzeptionen aufnehmen.

Die Willkommenskultur beginnt nicht an der Eingangstür eines Museums. Sie beginnt dort, wo das Museum ins Bewusstsein seiner Besucher:innen rückt. Mit digitalen Angeboten hat der Kulturbereich seine Willkommenskultur längst verschoben. Rund um die Uhr können Kulturangebote im Internet angesteuert werden. Das vorliegende Konzept schafft ein Gegengewicht zum Digitalkonsum. Es soll Menschen reizen, die eigenen vier Wände zu verlassen. Wer dabei Hilfe benötigt, soll unterstützt werden. In die Atmosphäre eines Innenhofs mit plätschernder Wasserfontäne einzutauchen, bei einem Experiment im direkten Kontakt mit anderen Menschen zu interagieren, oder einfach in Gesellschaft ein besonderes Eis zu essen, das können reale Erlebnisse sein, die gut tun, an die man sich erinnert und die den Erfahrungsschatz jedes Menschen mehren, ganz unabhängig davon, mit welchen Fähigkeiten er ausgestattet ist.

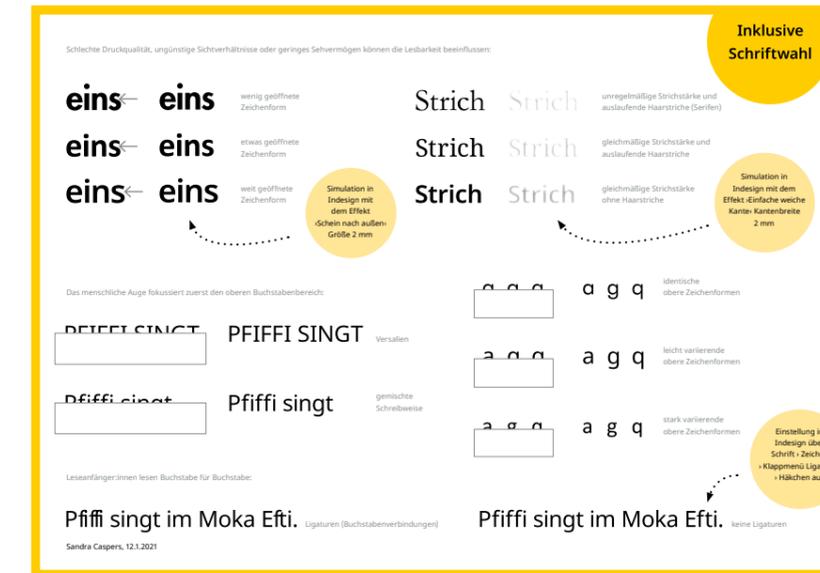
- Abbildung 93 / Lerntafel Inklusive Gestaltungsansätze
- Abbildung 94 / Lerntafel Inklusive Schriftwahl
- Abbildung 95 / Lerntafel Inklusive Textgestaltung
- Folgeseite:
- Abbildung 96 / Logo Leichte Sprache
- Abbildung 97 / Entwurf ›good for all‹



## 12.2 Inklusiv gestalten

Sich dem Thema der inklusiven Gestaltung zu nähern, war schwer. Worin unterscheidet sich Zugänglichkeit von Barrierefreiheit? Wo endet barrierefreie Gestaltung und wo beginnt inklusive? Unterschiedliche Strömungen und teilweise missverständliche Interpretationen verwirren eher als sie erhellen. Das Erstellen von Infografiken hat mir den Zugang in die Thematik erleichtert. Es hat Verständnisfragen geklärt und Unschärfen sichtbar gemacht. Die Arbeit soll künftig jene unterstützen, die in inklusive Entwicklungsprozesse einsteigen möchten. Daher sind alle Infografiken auf einer ›Tafel‹ zusammengefasst. Die Idee der ›Lerntafel‹ habe ich mir zunutze gemacht, um auch die Hürden der inklusiven Typografie und Textgestaltung zu nehmen.

Der Entwicklungsprozess dieser Arbeit über einen Zeitraum von 24 Wochen ist auf der folgenden Doppelseite dargestellt.



	Leichte Sprache	Einfache Sprache	Standardsprache
<b>Sprachniveau</b>	A1/A2 Elementare Sprachanwendung	B1/B2 Selbstständige Sprachanwendung	C1/C2 Kompetente Sprachverwendung
<b>gebräuchliche Wörter</b>	500	2.000	ab 2.000
<b>Zielgruppe</b>	Menschen mit verringerten Lesefähigkeiten	Menschen, die keine Mutter- sprachler:innen sind, aber ausgeprägte Lesefähigkeiten haben können	Muttersprachler:innen mit ausgeprägten Lesefähigkeiten
<b>Beispiel Objekttext im Museum</b>	Leichte Sprache = Einleitungstext	Einfache Sprache = Haupttext	Standardsprache = Vertiefungstext
<b>Schachtelsätze</b>	nein	ja	ja
<b>Fachsprache</b>	nein	vermeiden	ja
<b>Fremdwörter</b>	nein	vermeiden	ja
<b>Jahreszahlen</b>	nein	ja	ja
<b>Einfache Zahlen</b>	nein	ja	ja

### 12.3 Entwicklungsprozess

#### Recherche

**Recherche 1**  
Gesetzestexte  
Bestimmungen  
Regeln  
DIN-Normen

**Idee**  
Den Text der Thesen  
mit Braille-Schrift  
überprägen.

**Idee**  
Das Logo für Leichte Sprache  
abschaffen und etwas entwickeln,  
das »gut für alle« ist.



**Recherche 2**  
Heterogenität  
Diversität  
Inklusion  
behinderte Menschen in der  
jüngeren deutschen Geschichte

**Idee**  
»Snackable Content«: Leichten  
Zugang schaffen mit kleinen  
Inhaltsmengen. Vier kleine  
Bücher für jeden Themen-  
bereich sollen eine Buch-  
reihe aus 12 Büchern bilden.

**Erkenntnis**  
Fast jeder 10.  
Mensch hat eine  
Rot-Grün-  
Schwäche

**Erkenntnis**  
Braille-Schrift wird  
kaum noch genutzt.

**Erkenntnis**  
Wenn jeder Mensch  
einfach teilhaben  
kann, muss niemand  
durch ein Label aus-  
gewiesen werden.

**Neue, zentrale Frage**  
Wo beginnt die  
Willkommenskultur  
eines Museums?

Expertengespräch

Expertengespräch

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

August

September

Oktober

#### Konzeption

**Recherche 3**  
Design für Alle  
Universelles Design

**Problem**  
Das Thema lässt sich  
schwer eingrenzen.

**Lösung**  
Infografiken

**Vorschlag**  
Neuinterpretation  
eines nachhaltigen  
und inklusiven  
Designs im Jahr  
2021.

**Zweifel**  
Sind die Produkte  
inklusiv gestaltet?

**Lösung**  
Inklusionsmatrix

43

44

45

46

47

48

November

#### Fertigstellung

**Problem**  
Wie kann ein  
Produkt nachhaltig  
und inklusiv sein?

**Kompromiss**  
Aus 12 kleinen Büchern wird ein  
großes. Die Unterscheidung der  
Themenbereiche erfolgt durch ein  
Farbschema. Für die Produktion  
werden Naturpapier, Graukarton  
und Viskose verwendet.

**Kompromiss**  
Zugunsten eines geringeren  
Platz- und Materialverbrauchs  
wird eine schmal laufende  
Schrift verwendet. Ein Hör-  
angebot wird ergänzt.

Produktion der Thesen  
und der Audiodateien

Versand

49

50

51

52

53

01

Dezember

Januar

## 12.4 Ausblick

Wie werden sich die unterschiedlichen Designströmungen entwickeln? Der ganzheitliche Ansatz hat Gestaltungsprozesse bereits jetzt verändert. Inklusives Gestalten heißt, dass Kreativschaffende offen in einen Gestaltungsprozess einsteigen, das Verschiedensein ihrer Zielgruppe ausloten und in neue Gestaltungslösungen einfließen lassen. Auch dies kann als Paradigmenwechsel betrachtet werden. Ist das Ziel der gleichberechtigten Teilhabe verschiedener Gruppen damit erreicht? Genügt es, wenn ›andere‹ berücksichtigt werden?

Wenn Teilhabe bedeutet, dass niemand ausgeschlossen wird, folgt daraus, dass Zielgruppen aktiv in Entwicklungsprozesse eingebunden werden müssen; dass sie die Chance bekommen müssen, selbst mitzugestalten. In seinem Titelthema »Divers und Inklusiv: DESIGN FOR ALL« stellt das Magazin für Mediengestaltung PAGE eine Illustrationsarbeit vor, die ein kanadisches Designstudio gemeinsam mit indigenen Jugendlichen entwickelt hat. Solche gruppenbezogenen Prozesse können zukunftsweisend sein. Allerdings kosten sie Zeit und Geduld. Damit behalte die Aussage des EIDD ihre Gültigkeit: inklusives Design ist eine kreative und ethische Herausforderung. Möglicherweise wird inklusives Gestalten das Berufsfeld von Grafikdesigner:innen grundlegend verändern und damit den nächsten Paradigmenwechsel einläuten: aus den Gestalter:innen von heute werden die Moderator:innen inklusiver Designprozesse von morgen.

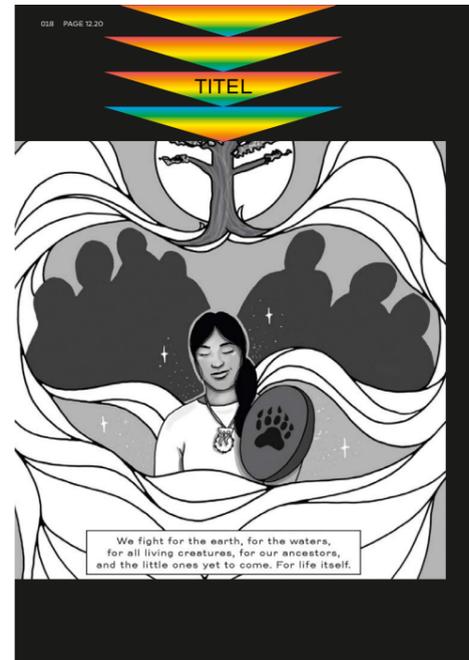


Abbildung 98  
Unter dem Titel »Wer bin ich?« haben sich ›And Also Too‹ und indigene Jugendliche illustrativ mit Kultur und Anderssein auseinandergesetzt  
PAGE, Ausgabe 12/20, Seite 18

Der Prozess bleibt offen. Wenn die Designbranche Nachhaltigkeit und Inklusion als echtes Zukunftsmodell betrachtet, so schlage ich eine Verständigung auf ein zeitgemäßes und übergreifend einheitlich formuliertes Denkmodell vor, ein

## Nachhaltiges und inklusives Design für alle.

Dabei könnte die für diese Arbeit entwickelte

## Inklusionsmatrix

zur Grundidee eines Bewertungsinstruments für inklusive Produkte werden. Ein weiterer Zukunftsbaustein ist die Ausbildung und Begeisterung junger Menschen für die Thematik. Apropos Ausbildung: Bundesweit existiert ein Lehrstuhl für Inklusion in Bezug auf Soziale Arbeit. Ein Lehrstuhl für inklusives Gestalten existiert nicht.

# Quellenverzeichnis und Anmerkungen

- 1 vgl.: Die Bundesregierung (2019): »Kultur für alle« / <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/kultur/kulturelle-bildung/kultur-fuer-alle> / abgerufen am 18.12.2020
- 2 Lexas (2020): »Weltbevölkerungsuhr« / <https://weltbevoelkerung.info> / abgerufen am 20.9.2020
- 3 Bösl, Elsbeth (2010): »Die Geschichte der Behindertenpolitik in der Bundesrepublik aus Sicht der Disability History« / Bundeszentrale für politische Bildung / <https://www.bpb.de/apuz/32707/die-geschichte-der-behindertenpolitik-in-der-bundesrepublik-aus-sicht-der-disability-history> / abgerufen am 12.10.2020
- 4 Presseportal (2010): »Gemeinsam von Anfang an. Vor zehn Jahren wurde aus der Aktion Sorgenkind die Aktion Mensch« / <https://www.presseportal.de/pm/43707/1569275> / abgerufen am 21.11.2020
- 5 Gesetze im Internet (o. A.): »Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland Art 3« / Hrsg. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz / [http://www.gesetze-im-internet.de/gg/art\\_3.html](http://www.gesetze-im-internet.de/gg/art_3.html) / abgerufen am 18.9.2020
- 6 vgl. Gesetze im Internet (o. A.): »Gesetz über die Gleichberechtigung von Mann und Frau auf dem Gebiet des bürgerlichen Rechts« / Hrsg. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz / <http://www.gesetze-im-internet.de/gleichberg> / abgerufen am 20.9.2020
- 7 Gesetze im Internet (o. A.): »Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)« / Hrsg. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz / <https://www.gesetze-im-internet.de/agg> / abgerufen am 20.9.2020
- 8 Gesetze im Internet (o. A.): »Gesetz zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (Behindertengleichstellungsgesetz - BGG)« / Hrsg. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz / <http://www.gesetze-im-internet.de/bgg/BJNR146800002.html> / abgerufen am 20.9.2020
- 9 Deutsches Institut für Menschenrechte (2020): »Die UN-Behindertenrechtskonvention« / <https://www.institut-fuer-menschenrechte.de/das-institut/monitoring-stelle-un-brk/die-un-brk> / abgerufen am 20.9.2020
- 10 Schöb, Andrea (2013): »Integration und Inklusion« / <http://www.inklusion-schule.info/inklusion/integration-und-inklusion.html> / Hrsg. HABA Sales GmbH & Co. KG / abgerufen am 20.9.2020
- 11 einfach teilhaben (2020): »Was ist Inklusion und wie kann sie gelingen?« / Hrsg. Bundesministerium für Arbeit und Soziales / [https://www.einfach-teilhaben.de/DE/AS/Ratgeber/Inklusion/Inklusion\\_node.html](https://www.einfach-teilhaben.de/DE/AS/Ratgeber/Inklusion/Inklusion_node.html) / abgerufen am 20.9.2020
- 12 vgl. Borberg, Katharina (o. A.): »Was ist Diversity bzw. Diversity Management?« / Hrsg. Hochschule für angewandte Wissenschaften in München / [https://www.hm.edu/allgemein/hochschule\\_muenchen/familie\\_gender/diversity/definition.de.html](https://www.hm.edu/allgemein/hochschule_muenchen/familie_gender/diversity/definition.de.html) / abgerufen am 20.9.2020
- 13 Palleit, Leander (2012): »Systematische »Enthinderung«: UN-Behindertenrechtskonvention verpflichtet zum Barriereabbau« in »Positionen« Nr. 7 / Hrsg. Deutsches Institut für Menschenrechte, Berlin
- 14 Palleit, Leander (2012): ebd.
- 15 Gesetze im Internet (o. A.): »Gesetz zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (Behindertengleichstellungsgesetz - BGG) Paragraph 4 Barrierefreiheit« / Hrsg. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz / [http://www.gesetze-im-internet.de/bgg/\\_4.html](http://www.gesetze-im-internet.de/bgg/_4.html) / abgerufen am 22.8.2020
- 16 Statista (2020): »Anteil barrierefreier und nicht barrierefreier Bahnhöfe in Deutschland« / <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/39308/umfrage/barrierefreie-bahnhoefe-in-deutschland/#professional> / abgerufen am 18.11.2020
- 17 vgl. Bernasconi, Tobias (2017): »Design« in: Ziemer, K. (Hrsg.): »Lexikon Inklusion«, S. 39 ff / Verlag Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen
- 18 European Institute for Design and Disability (EIDD) ist die veraltete Bezeichnung des europäischen Dachverbandes »EIDD Design for All Europe«. Der Verband bündelt europäische Initiativen, die das Ziel einen inklusiveres Europa für alle verfolgen. Der deutsche »EDAD Design für Alle e. V.« gehört diesem Bündnis an.
- 19 EIDD (2014): »Deklaration von Stockholm« / [https://dfaeurope.eu/wordpress/wp-content/uploads/2014/05/stockholm\\_declaration\\_deutsch.pdf](https://dfaeurope.eu/wordpress/wp-content/uploads/2014/05/stockholm_declaration_deutsch.pdf) / abgerufen am 14.11.2020
- 20 EIDD (2014): ebd.
- 21 EIDD (2014): ebd.
- 22 vgl. Bengler, Klaus (o. A.): »Was ist Ergonomie?« / <https://www.mw.tum.de/lfe/lehrstuhl/was-ist-ergonomie> / abgerufen am 19.9.2020
- 23 Pro Heraldica Deutsche Forschungsgesellschaft für Heraldik und Genealogie mbH (2020): »Lebenserwartung« / <https://pro-heraldica.de/wisenswertes/lebenserwartung/#:~:text=Schlie%C3%9Flich%20betrug%20im%2019.,um%20%C3%BCber%20%20Jahre%20an!> / abgerufen am 20.9.2020
- 24 Kaiser, Tobias (2017): »Die Hälfte der Menschen könnte schon bald 100 Jahre und älter werden« / <https://www.welt.de/wirtschaft/artic-le165474493/Die-Haelfte-der-Menschen-koennte-schon-bald-100-Jahre-und-aelter-werden.html> / abgerufen am 20.9.2020
- 25 Claus, Silke (2008): »Verantwortung und Design gehören zusammen!« in »Universal Design. Unsere Zukunft gestalten«, S. 17 ff / Hrsg. Internationales Designzentrum Berlin

- 26 Herwig, Oliver (2008): »Einfach gut für alle. Im Universal Design liegt unsere Zukunft« in »Universal Design. Unsere Zukunft gestalten«, S. 50 ff / Hrsg. Internationales Designzentrum Berlin
- 27 Lehr, Ursula (2008): »Universal Design: eine Herausforderung in unserer Zeit zunehmender Langlebigkeit« in »Universal Design. Unsere Zukunft gestalten«, S. 30 ff / Hrsg. Internationales Designzentrum Berlin
- 28 Claus, Silke (2008): ebd.
- 29 Kompetenzzentrum Barrierefreiheit (o.A.): »Die Prinzipien des universellen Design« / <https://kb-esv.de/uniprinc.html> / abgerufen am 15.10.2020
- 30 Neumann, Peter (2014): »Entwicklung handlungsleitender Kriterien für KMU zur Berücksichtigung des Konzepts Design für Alle in der Unternehmenspraxis« / Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (Projekt Nr. 56/12), S. 16 ff
- 31 vgl. EDAD Design für Alle – Deutschland e.V.: »Barrierefreiheit mit attraktiver Gestaltung verbinden« / <http://www.design-fuer-alle.de/design-fuer-alle> / abgerufen am 18.9.2020
- 32 Bernasconi, Tobias, Fußnote 15
- 33 Rehadat (2019): »Lexikon zur beruflichen Teilhabe: Universelles Design« / <https://www.talentplus.de/lexikon/Lex-Universelles-Design> / abgerufen am 14.10.2020
- 34 Bayerische Staatsregierung (o.A.): »Universelles Design: gute Produkte für alle« <https://www.barrierefrei.bayern.de/beispiele/universelles-design/index.php> / abgerufen am 14.10.2020
- 35 Europäisches Parlament (2020): »Parlament will Obdachlosigkeit in der EU beenden« / <https://www.europarl.europa.eu/news/de/headlines/society/20201119STO92006/parlament-will-obdachlosigkeit-in-der-eu-beenden> / abgerufen am 14.12.2020
- 36 Ein Institutionen-Begriff kann durch staatliche Anerkennung geschützt werden, z. B. aufgrund einer staatlichen Gesetzgebung wie beim Begriff »Krankenhaus«, dem das Krankenhausfinanzierungsgesetz zugrunde liegt (siehe auch <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/krankenhausfinanzierung.html> / abgerufen am 31.8.2020). Eine weitere Möglichkeit der staatlichen Anerkennung ist die Eintragung beim Deutschen Patent- und Markenamt (siehe auch <https://www.dpma.de> / abgerufen am 31.8.2020).
- 37 ICOM international council of museums (o.A.): »Creating a new museum definition – the backbone of ICOM« / <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> / abgerufen am 26.8.2020
- 38 Deutscher Museumsbund (2017): »Museumsdefinition« / <https://www.museumsbund.de/museumsdefinition> / abgerufen am 26.8.2020
- 39 Statista (2020): »Entwicklung der Anzahl von Museen in Deutschland von 1998 bis 2018« / <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2821/umfrage/entwicklung-der-anzahl-von-museen-in-deutschland/#:~:text=Im%20Jahr%202018%20wurden%20insgesamt,f%C3%BCr%20Museumsforschung%20in%20Deutschland%20gef%C3%BChrt.> / abgerufen am 22.11.2020

- 40 Deutscher Museumsbund (o.A.): »Mitgliedsmuseen« / <https://www.museumsbund.de/mitgliedsmuseen> / abgerufen am 31.8.2020
- 41 Deutscher Museumsbund (2017): »Vermitteln« / <https://www.museumsbund.de/vermitteln> / abgerufen am 13.9.2020
- 42 vgl. Deutscher Museumsbund (2008): »Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit«, S. 6 ff / Hrsg. Deutscher Museumsbund e.V. und Bundesverband Museumspädagogik e.V., Berlin
- 43 Köhne, Eckart (2020): »Bildungs- und Kulturpolitik sinnvoll verknüpfen!« in »Museumskunde. Fachzeitschrift für die Museumswelt«, Ausg. 1/2020, S. 1 / Hrsg. Deutscher Museumsbund
- 44 Kollar, Elke (2020): »Abschied vom klassischen Museumsverständnis« in »Museumskunde. Fachzeitschrift für die Museumswelt«, Ausg. 1/2020, S. 12 / Hrsg. Deutscher Museumsbund
- 45 Scheytt, Oliver / Sievers, Norbert (2010): »Kultur für alle!« in »Kulturpolitische Mitteilungen« Nr. 130, III/2010 / Hrsg. Kulturpolitische Gesellschaft e.V. Bonn
- 46 Renz, Thomas (2016): »Nicht-Besucher im Kulturbetrieb. Ein Überblick des aktuellen Forschungsstands und ein Ausblick auf praktische Konsequenzen der Publikumsforschung in Deutschland« in Mandel, Birgit (Hrsg.) (2016): »Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens« / S. 61 ff / transcript Verlag, Bielefeld
- 47 Mandel, Birgit (Hrsg.) (2016): »Teilhabeorientierte Kulturvermittlung. Diskurse und Konzepte für eine Neuausrichtung des öffentlich geförderten Kulturlebens« / S. 9 / transcript Verlag, Bielefeld
- 48 In Abgrenzung zur taktilen Wahrnehmung, der Oberflächensensibilität, steht die propriozeptive für die Tiefensensibilität, also auch die Wahrnehmung über innere Organe.
- 49 Adler, Florian (2019): »leserlich.info – Schritte zu einem inklusiven Kommunikationsdesign« in: Borinski, Ulrike / Gorbach, Rudolf Paulus (2019) (Hrsg.): »Lesbar. Typografie in der Wissensvermittlung«, S. 72 Abs. 2 / Triest Verlag für Architektur, Design und Typografie, Zürich
- 50 Beuth publishing DIN (2013): »DIN 1450:2013-04 Schriften – Leserlichkeit« / <https://www.beuth.de/de/norm/din-1450/170093157> / abgerufen am 28.10.2020
- 51 Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband (2020): »leserlich. Schritte zu einem inklusiven Kommunikationsdesign« / [www.leserlich.info](http://www.leserlich.info) / abgerufen am 9.10.2020
- 52 vgl. Kraft, Saskia (2019): »Barrierefreie Typografie für ältere Zielgruppen: Neue Perspektiven für die Lesbarkeitsforschung« in Borinski, Ulrike / Gorbach, Rudolf Paulus (2019) (Hrsg.): »Lesbar. Typografie in der Wissensvermittlung« / S. 82 ff
- 53 Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband (2020): »Schriftgrößenrechner. Zur Berechnung und Überprüfung barrierefreier Schriftgrößen« / <https://www.leserlich.info/werkzeuge/schriftgroessenrechner> / abgerufen am 10.10.2020

- 54 Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband (2020): »Kontrastrechner. Zur Berechnung und Überprüfung barrierefreier Farbkombinationen« / <https://www.leserlich.info/werkzeuge/kontrastrechner> / abgerufen am 10.10.2020
- 55 Kühne, Bärbel (2019): zitiert aus einer Vorlesung im Kurs Kommunikationskonzepte / Studiengang Master of Creative Direction, Diploma-Hochschule, MCDXXVA 10/18 F, 3. Semester
- 56 Dawid, Evelyn / Schlesinger, Robert (2002): »Texte in Museen und Ausstellungen. Ein Praxisleitfaden«, S. 49ff / transcript Verlag, Bielefeld
- 57 vgl. Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen (2020): »Sprachniveaustufen nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen« / <https://www.europaescher-referenzrahmen.de/sprachniveau.php> / abgerufen am 26.10.2020
- 58 vgl. Rinas, Karsten (2017): »Theorie der Punkte und Striche: Die Geschichte der deutschen Interpunktionslehre« / Universitätsverlag Winter, Heidelberg
- 59 vgl. Van Duzer, Chet (2015): »Seeungeheuer und Monsterfische. Sagenhafte Kreaturen auf alten Karten« / Philipp von Zabern Verlag bei der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft, Darmstadt
- 60 Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V. (2020): »Zeichenbezogene Faktoren: Schriftart« / <https://www.leserlich.info/kapitel/zeichen/schriftart.php> / abgerufen am 28.11.2020
- 61 Opak Smart Glas (2020): »Schaltbare Folie« / <https://schaltbare-glas.de/schaltbare-folie> / abgerufen am 30.11.2020
- 62 OpenStreetMap (2020): Vektorkarte von Island / ©OpenStreetMap / abgerufen am 30.11.2020
- 63 Nachweis ISLANDIA-Karten: Berlin: Staatsbibliothek zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz, Kart B 132 Karte 103 / Reykjavík: The National and University Library of Iceland, Publication 8 / <https://islandskort.is/en/map/show/2> / abgerufen am 15.10.2020
- 64 vgl. die reha e.v (2020): »Über uns« / [https://diereha.de/ueber\\_uns](https://diereha.de/ueber_uns) / abgerufen am 27.9.2020
- 65 Uniteis e.V. (2020): »Wie wird der Europa-Tag des Speiseeises gefeiert?« / <https://www.uniteis.com/de/press/2020/09/24-september-2020-gelato-day> / abgerufen am 2.11.2020

Alle Internetlinks wurden am 19.12.2020 letztmalig geprüft. Alle waren funktionsfähig.

Die in der Arbeit verwendeten Informationen und Zitate waren vollumfänglich abrufbar.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Paradigmenwechsel in der Gesellschaft	15
Abbildung 2 Exklusion	18
Abbildung 3 Integration	18
Abbildung 4 Inklusion	18
Abbildung 5 Zugang	20
Abbildung 6 Barriere	20
Abbildung 7 Systemische Barriere	21
Abbildung 8 Dimension von zugänglichem Design	26
Abbildung 9 Barrierefreies Bad ohne Berücksichtigung ästhetischer Aspekte / Foto: fotolia, Jörg Lantelme	27
Abbildung 10 Stühle des finnischen Designers Ilmari Tapiovaara aus den 1960er Jahren / Foto: Pamono	28
Abbildung 11 Ergonomischer Straßenbesen / Foto: Rehadat Hilfsmittel	28
Abbildung 12 Barrierefrei gestaltetes Bad unter Berücksichtigung ästhetischer Aspekte / Foto: Kaldewei	29
Abbildung 13 nicht zugänglich	30
Abbildung 14 mit Hilfsmitteln zugänglich gestaltet	30
Abbildung 15 barrierefreie gestaltet	30
Abbildung 16 Mangelnde Passgenauigkeit	34
Abbildung 17 Eine Lösung für viele, ohne Anpassung bei extremer Abweichung	34
Abbildung 18 Spezielle Anpassung bei extremer Abweichung	35
Abbildung 19 Museumseinordnung	36
Abbildung 20 Paradigmenwechsel in der Museumskultur	38
Abbildung 21 Platzierung einer Objektbeschriftung / Ausstellung ›Monet. Orte.« 2020 / Museum Barberini Potsdam	39
Abbildung 22 Textaufbereitung in deutscher, englischer und in Leichter Sprache / Ausstellung ›Wilhelm und Alexander von Humboldt« 2020 / DHM Berlin	39
Abbildung 23 Barrieren / Copyright scarecroe Jul	44

Abbildung 24 Begleitbuch ›erfasst verfolgt vernichtet. Kranke und behinderte Menschen im Nationalsozialismus‹	47
Abbildung 25 ›S‹ in leicht und schwer lesbaren Schriftarten	55
Abbildung 26 Offenheit von Buchstaben	56
Abbildung 27 Strichstärkenkontrast	57
Abbildung 28 Unterscheidbarkeit von Zeichen	58
Abbildung 29 Unterscheidbarkeit von Schreibweisen	59
Abbildung 30 Sakkadensprünge	60
Abbildung 31 Mittellänge einer Schrift	60
Abbildung 32 Kontrastprüfung der Marginalspalte	62
Abbildung 33 Kontrastbewertung Farben Rot – Gelb – Blau	62
Abbildung 34 Simulation einer Rot-Grün-Schwäche	63
Abbildung 35 Flächen und Konturen	64
Abbildung 36 Farbanpassungen	67
Abbildung 37 Seitenlayout im Querformat	68
Abbildung 38 Seitenlayout im Hochformat	69
Abbildung 39 Übersicht Sprachniveaus	70
Abbildung 40 Inhaltsstruktur von Objekttexten	72
Abbildung 41 Icon ›universal-access‹	75
Abbildung 42 Icon ›Erleichterte Bedienung‹	75
Abbildung 43 Die Staatsbibliothek zu Berlin Unter den Linden	80
Abbildung 44 Vorderseite der ISLANDIA-Karte	83
Abbildung 45 Rückseite der ISLANDIA-Karte	83
Abbildung 45 Objektpräsentation	84
Abbildung 46 Inklusiver Textguide	84
Abbildung 47 Inklusiver Schriftgrößen	86
Abbildung 48 Raumsimulation	88
Abbildung 49 Raumsimulation mit fahrbarer Schiene	89
Abbildung 50 Simulation eines Vitrinenausschnitts in der Draufsicht	90

Abbildung 51 Intelligente Folie	91
Abbildung 52 Rote Fläche, erstellt auf Basis der Karte ISLANDIA	92
Abbildung 53 Blaue Fläche, erstellt auf Basis von Kartendaten des Anbieters OpenStreetMap	92
Abbildung 54 Wandprojektion	93
Abbildung 55 Malbogen	95
Abbildung 56 Ausschneidebogen	97
Abbildung 57 Karte mit altem Wissen	98
Abbildung 58 Karten mit Erkenntnissen der Gegenwart	99
Abbildungen 59 – 62 Vorderseiten der Wissenskarten	100 – 103
Abbildung 63 Rückseite der Wissenskarten	104
Abbildung 64 Inklusionsmatrix	105
Abbildung 65 Inklusionsmatrix in Anwendungsbeispielen	107
Abbildung 66 Produktbewertung nach Inklusionsmatrix	108
Abbildung 67 Skizzenhafter Grundriss der Staatsbibliothek zu Berlin	111
Abbildung 68 Ausschnitt Brunnenhof	112
Abbildung 69 Blick von der Straße Unter den Linden in den Brunnenhof	113
Abbildung 70 Simulation der Wassertiere	114
Abbildung 71 Fotomontage des Brunnenhofs	115
Abbildung 72 BerIKönig / Foto: imago images/Stefan Zeitz	116
Abbildung 73 Wohngemeinschaft die reha e. v. / Foto: die reha e. v.	116
Abbildung 74 Eisbecher / Foto: Hokey Pokey	117
Abbildung 75 Tiefkühltruhe Glasschiebedeckel / Foto: Lagastro	117
Abbildung 76 Gestaltungselemente der Kampagne ISLANDIA	121
Abbildung 77 Titelmotiv Ausstellung	122
Abbildung 78 Titelmotiv Aktion Eis essen	122
Abbildung 79 Titelmotiv Aktion Geysir-Ausbruch	123
Abbildung 80 Rückseite Motiv Ausstellung	124
Abbildung 81 Rückseite Aktion Eis essen	124

Abbildung 82 Rückseite Aktion Geysir-Ausbruch	125
Abbildung 83 Stoffbanner	126
Abbildung 84 Gebäudeplakate	127
Abbildung 85 Internetseite als Onepager	128
Abbildung 86 Soziale Medien	129
Abbildung 87 Bildmontage mit Sonnenschirm	131
Abbildung 88 Bildmontage mit Magnetschild	131
Abbildung 89 Grundriss Staatsbibliothek	138
Abbildung 90 Ansicht Staatsbibliothek	139
Abbildung 91 Bildmontage mit Eiswaagen im Hof	140
Abbildung 92 Bildmontage des Brunnens	141
Abbildung 93 Lerntafel Inklusive Gestaltungsansätze	143
Abbildung 94 Lerntafel Inklusive Schriftwahl	143
Abbildung 95 Lerntafel Inklusive Textgestaltung	143
Abbildung 96 Logo Leichte Sprache	144
Abbildung 97 Entwurf ›good for all‹	144
Abbildung 98 PAGE, Ausgabe 12/20, Seite 18	146

#### Nachweis der Bilder im Kartenset, abgerufen am 21.11.2020

- 1 Narwal / <https://isleofmaynnr.wordpress.com/narwal>
- 2 Furchenwal / <https://www.wasistwas.de/details-natur-tiere/wie-lang-wird-der-bart-von-einem-bartenwal-7244.html>
- 3 Pottwal / [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:GOADA\\_2008\\_\(b\)\\_272.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:GOADA_2008_(b)_272.jpg)
- 4 Meerschwein / [http://www.symbolforschung.ch/porcus%20marinus.html#Olaus\\_deutsch](http://www.symbolforschung.ch/porcus%20marinus.html#Olaus_deutsch)
- 5 Schwertwal / [https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%B2%94%EA%B3%A0%EB%9E%98#/media/%ED%8C%8C%EC%9D%BC:Killerwhales\\_jumping.jpg](https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%B2%94%EA%B3%A0%EB%9E%98#/media/%ED%8C%8C%EC%9D%BC:Killerwhales_jumping.jpg)
- 6 Grönlandwal / [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/ef/Ballena\\_de\\_Groenlandia.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/ef/Ballena_de_Groenlandia.png)
- 7 Seepferd / eigene Abbildung
- 8 Blauwal / [https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Anim1754\\_-\\_Flickr\\_-\\_NOAA\\_Photo\\_Library.jpg](https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Anim1754_-_Flickr_-_NOAA_Photo_Library.jpg)
- 9 Rochen / [https://de.wikipedia.org/wiki/Echte\\_Rochen](https://de.wikipedia.org/wiki/Echte_Rochen)
- 10 Seekuh / <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=11145884>
- 11 Finnwal / [https://de.wikipedia.org/wiki/Finnwal#/media/Datei:Finhval\\_\(1\).jpg](https://de.wikipedia.org/wiki/Finnwal#/media/Datei:Finhval_(1).jpg)
- 12 Delfin / <https://www.delphinschutz.org/delfine/sozialverhalten/flossenlaufen/>
- 13 Walross / <https://jww.de/wildarten-asien-tur-2420/walross/>
- 14 Ambra / [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ambergris,\\_Skagway\\_Museum.JPG](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ambergris,_Skagway_Museum.JPG)
- 15 Treibholz / <https://snappygoat.com/s/?q=bestof%3Acoast+beach+sea+branding+golf+ocean+pacific+washington+state+north+america#bb397042cdd57dabae716978046aa2ab6779cd03,0,3>.
- 16 Eisbär / [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Polar\\_Bear\\_AdF.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Polar_Bear_AdF.jpg)

# Zeichenzahl

Die vorliegende Arbeit hat 123.113 Zeichen zuzüglich aller Bildbeschreibungen, Inhalts- und Verzeichnislisten.

# Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer Hilfsmittel als der angegebenen angefertigt habe. Aus fremden Quellen (einschließlich elektronischer Quellen und dem Internet) direkt oder indirekt übernommene Gedanken sind ausnahmslos als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher weder im Inland noch im Ausland in gleicher oder ähnlicher Form einer anderen Prüfungsstelle vorgelegt und bisher nicht physisch oder elektronisch veröffentlicht.

Sandra Caspers, 12. Januar 2021



