

---

Datum: 21.03.2018  
Ort: BMBF, Bonn  
Beginn: 13:00 Uhr, Ende gegen 16:30 Uhr

---

### Tagesordnungspunkte:

1. **Einleitung/Begrüßung**  
*Peter Munk, BMBF*
2. **Barrierefreie Webangebote gestalten – was genau bedeutet barriere-  
freies Webdesign? Und wie gelingt eine optimale Umsetzung?**  
*Simone Lerche, DiAS GmbH - Projekt BIK für Alle*
3. **Der Weg zur persönlichen Beratung – das Internetportal zum  
»Infotelefon Weiterbildungsberatung«**  
*Dagmar Ludzay und Markus Weiland, beide DLR Projektträger*  
  
*Pause*
4. **SocialMedia für Datenbanken – macht das Sinn? Ein kritischer  
Zwischenruf**  
*Joachim Sucker – Founder, Innovationsbegleiter, Zukunftssammler, Blogger,  
Agentur Allesauszucker*
5. **Erfahrungen mit sozialen Medien**  
*Clara Eckert-Framm und Matthias Hallmann, beide Springest GmbH*
6. **Termine**  
*Doris Hirschmann, DBS und Wolfgang Plum, IWWB*

Alle Präsentationen etc. können von [https://www.iwwb.de/weiterbil-  
dung.html?seite=54#IWWB2018](https://www.iwwb.de/weiterbil-<br/>dung.html?seite=54#IWWB2018) heruntergeladen werden.

### Zu TOP 1:

In seiner Begrüßung der SitzungsteilnehmerInnen betonte **Peter Munk** das anhaltende Interesse seines Hauses am Thema Weiterbildung. Er freue sich, dass diese Wertschätzung einen deutlichen Niederschlag im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung gefunden hätte und hoffe, das Thema Weiterbildung auch zukünftig weiter vorantreiben zu können.

### Zu TOP 2

**Simone Lerche** stellte in ihrem Beitrag zunächst das 20-jährige Engagement der DiAS GmbH im Bereich der Barrierefreiheit vor, die seit 2002 auch für das BMAS-finanzierte Projekt »BIK für alle« (= *barrierefrei informieren und kommunizieren*) verantwortlich ist.

Wenn sich das Thema Barrierefreiheit in der aktuellen Diskussion um die Digitalisierung auch nur unzureichend widerspiegeln, komme ihm jedoch gerade im Online-Bereich und in den digitalen Medien eine wachsende Bedeutung zu.

Um dies im Zusammenhang mit einer Online- bzw. Computernutzung zu verdeutlichen, zeigte Simone Lerche beispielhaft einige spezifische Nutzertypen und ihre damit verbundenen spezifischen Anforderungen an Barrierefreiheit auf:

<b>Nutzertyp</b>	<b>Beispiel-Barriere(n)</b>
N. mit Seheinschränkungen	Schlechter Kontrast, unpassende Farbeinstellung, unpassende Schriftgröße
N. mit Lernschwierigkeiten	Schwere Sprache, Zeitbegrenzungen, unklare Fehlermeldungen, unklare Navigation
Blinde N.	Keine oder unzulängliche Tastaturbedienbarkeit, fehlende HTML-Strukturierung, fehlende Auszeichnung für Grafiken und Abkürzungen im Text
N. mit Höreinschränkungen	Fehlende Untertitelung von Audiobeiträgen/Videos

Diese Differenzierung unterschiedlicher Nutzeranforderungen machte die Notwendigkeit entsprechender Anpassungen zur Überwindung derartiger Barrieren recht deutlich. Die Barrierefreiheitsanforderungen basieren dabei auf einem internationalen Standard, den *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)*, denen für öffentlich getragene oder finanzierte Online-Projekte auch die nationale und europäische Gesetzgebung in weiten Teilen folgt.

Für die Umsetzung barrierefreier Websites bedeutet dies eine zielgerichtete Ko-

operation von Content-Redaktionen und Webgestaltern (Layout, Konzeption, Navigation).

Zur Frage geeigneter Editoren gab Frau Lerche im Nachgang noch den Hinweis auf die *Authoring Tool Accessibility Guidelines* ([ATAG](#)). Dort würden im »Part A« Anforderungen definiert, die die Zugänglichkeit der Benutzeroberfläche eines Autorenwerkzeugs betreffen. Direkte Empfehlungen könne sie nicht aussprechen, verwies für Interessierte jedoch noch auf zwei weitere Quellen ([1](#), [2](#)).

---

**Weitere Online-Ressourcen zu diesem Tagesordnungspunkt:**

- [http://www.bitvtest.de/ueber\\_bik.html](http://www.bitvtest.de/ueber_bik.html)
  - <http://www.bik-fuer-alle.de/leitfaden-fuer-webseiten-anbieter.html>
  - <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/>
- 

**Zu TOP 3:**

Die Referentin und der Referent gaben zu Beginn einen kurzen Überblick über die bisherige Arbeit des Infotelefon Weiterbildungsbearbeitung (Tel.: 0800. 201 79 09). Anschließend stellten sie die Konzeption des (zur Zeit noch nicht freigegebenen) Portals zum Infotelefon vor.

**Eckpunkte:**

- Das Portal solle die Möglichkeit schaffen, auch außerhalb der (telefonischen) Beratungszeiten verfügbar zu sein und dort entsprechende Informationen abzurufen.
  - Intention hierbei ist, den Onlinedienst als flankierende Unterstützung der telefonischen Beratungsleistungen zu implementieren.
  - Prospektiv könnte das Angebot um eine webbasierte (Chat-)Beratung erweitert werden.
  - Zukünftige weitere SocialMedia-Aktivitäten sind denkbar, jedoch noch nicht konkretisiert.
- Inhaltlich werde das Portal auf Infos der internen Wissensdatenbank zurückgreifen, jedoch keine Beratungsstellensuche bereitstellen.

---

**Weitere Online-Ressourcen zu diesem Tagesordnungspunkt:**

- <http://www.der-weiterbildungsratgeber.de>
-

---

**Zu TOP 4:**

Joachim Sucker führte in seinem Referat den SitzungsteilnehmerInnen recht bildhaft das Zusammenwirken von SocialMedia-Aktivitäten, Marketing-Aspekten und Erscheinungsbild von Weiterbildungsdatenbanken vor Augen.

Der Einsatz von SocialMedia (SM) diene primär dem Zweck, Aufmerksamkeit zu erzeugen und werde damit zu einem klassischen Marketing-Instrument.

Aufmerksamkeit bedingt zu einem nicht unwesentlichen Teil auch eine Wiedererkennbarkeit, die Sucker jedoch bei vielen WB-Datenbanken nicht ausmachen kann (»diffuses Erscheinungsbild«).

Für Datenbanken, die SM-Aktivitäten ins Auge fassten, sei eine genaue Strategie zu entwickeln, die die folgenden Elemente präzise umreißt:

- **Ziele beschreiben**  
Was soll mit den SM-Aktivitäten genau erreicht werden?
- **Zielgruppe erkennen**  
An wen richten sich meine Aktivitäten? Wie sieht meine Zielgruppe aus?
- **Content definieren**  
Welche Inhalte sollen transportiert werden?
- **Umsetzung festlegen**  
Wer soll für die SM-Aktivitäten zuständig sein? Im welchem Umfang? Wer trägt die Verantwortung?
- **Mitbewerber vergleichen**  
Was machen meine Mitbewerber anders? Worin unterscheide ich mich?
- **Aktivitäten evaluieren**  
Wie verlaufen meine Aktivitäten? Werden die Ziele erreicht? Welche Anpassungen sind vorzunehmen?

---

**Weitere Online-Ressourcen zu diesem Tagesordnungspunkt:**

- <http://allesauszucker.wordpress.com>

---

### Zu TOP 5:

Clara Eckert-Framm und Matthias Hallmann umrissen die SocialMedia-Erfahrungen ihrer in den Niederlanden beheimateten Weiterbildungsdatenbank (die auch in Berlin mit einer deutschen Niederlassung vertreten ist).

Eckpunkte (Zielpublikum und Medien):

- Weniger junges Publikum (< 20 Jahre)
- Facebook-Messenger häufig genutzter Ausgangspunkt für SM-Aktivitäten
- Auf YouTube mit einem eigenen Kanal vertreten (inhaltlich etwa für die Suche nach Tutorials)
- Twitter (mit z.Zt. 430 Followern)
- Die eingesetzten SM sind mit der Website verknüpft, d.h. sie verbinden sich inhaltlich und können wechselseitig erreicht werden.

---

### Weitere Online-Ressourcen zu diesem Tagesordnungspunkt:

- <https://twitter.com/SpringestDE>
  - <https://www.facebook.com/SpringestDE>
  - <https://www.youtube.com/watch?v=PXYu1bbiG8g>
- 

### TERMINE:

#### Termin der nächsten Gremiums-Sitzung:

Als Termin für das nächste Treffen des IWWB-Gremiums ist der **20.03.2019** vorgesehen. Tagungsort wird wieder das BMBF in Bonn sein.

#### Termin des nächsten IWWB-Workshops:

8. und 9. November 2018 im [DIPF](#) in Frankfurt