



**DRY JANUARY**<sup>®</sup>  
CH

# CHANCENGLEICHHEIT FÜR MENSCHEN MIT EINER SEHBEHINDERUNG

## Einleitung

Diese Broschüre wurde im Auftrag des Blauen Kreuzes von Studierenden der Berner Fachhochschule (BFH) im Rahmen des MIX3 (Module Interprofessionalität Xundheit) erarbeitet. Das Team setzte sich aus Studierenden der Studiengänge Pflege, Physiotherapie, Hebamme und Ernährung und Diätetik zusammen.

Das Ziel dieses Projekts war es, eine Hilfestellung für Fachpersonen und Kooperationspartner:innen des Blauen Kreuzes zu erarbeiten, um die Chancengleichheit innerhalb der Alkoholpräventionskampagne «Dry January» zu fördern. Für diese Broschüre wurde die Zielgruppe der sehbehinderten Personen festgelegt.

Für das Erstellen der Broschüre wurde ein Interview mit einer betroffenen Person (P.Z.) durchgeführt. Aufbauend auf diesem Interview wurde eine ergänzende Literaturrecherche durchgeführt. Anschliessend wurden diese Informationen in konkrete Handlungsempfehlungen übersetzt.

## Ausgangslage

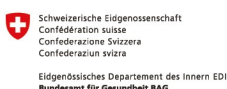
In der Schweiz leben schätzungsweise 325.000 Menschen mit Sehbehinderungen. Dies entspricht etwa 3.8% der Gesamtbevölkerung. Sehbehinderungen treten häufiger bei älteren Menschen auf. Arten der Sehbehinderung:

**Blinde Menschen:** Ungefähr 10% der Menschen mit Sehbehinderungen sind vollständig blind.

**Menschen mit stark eingeschränktem Sehvermögen:** Die restlichen 90% haben unterschiedliche Grade von Seheinschränkungen, die von schwerer Sehbehinderung bis zu moderaten Beeinträchtigungen reichen.

Menschen mit Sehbehinderungen haben oft spezifische medizinische, technologische und soziale Bedürfnisse. Daher ist es wichtig, dass Informationen und Kommunikation in barrierefreien Formaten bereitgestellt werden, um ihre Zugänglichkeit und Verständlichkeit zu gewährleisten.

Dry January wird unterstützt durch





**DRY JANUARY**<sup>®</sup>  
CH

## Anlaufstellen für Sehbehinderte Menschen

Um sehbehinderte Menschen in der Schweiz zu unterstützen, ist es wichtig, zu wissen, wo diese Gruppe erreicht werden kann. Dazu gehören spezialisierte Fachpersonen, Vereine und Netzwerke.

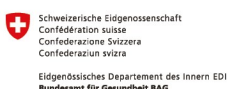
### Vereine und Netzwerke:

- Schweizerischer Blinden- und Sehbehindertenverband (SBV): Hauptorganisation für die Belange sehbehinderter Menschen.
- Stiftung Zugang für alle: Förderung der Barrierefreiheit im digitalen Bereich.
- Schweizerischer Zentralverein für das Blindenwesen (SZB): Bietet zahlreiche Dienstleistungen und Informationen für sehbehinderte Menschen.

## Massnahmen um Menschen mit Sehbehinderungen zu erreichen

Im Rahmen des Praxisprojekts BFH 2024 wurde diese Broschüre als Teil einer Initiative entwickelt, um chancengleiche Zugänge zur Alkoholpräventionskampagne Dry January zu schaffen. Ziel war es, präzise Massnahmen für die Partnerorganisationen der Kampagne zu entwickeln, die eine inklusive Gestaltung der Kampagnenführung unterstützen. Die Berücksichtigung der speziellen Bedürfnisse und Herausforderungen von Menschen mit Sehbehinderungen steht dabei im Fokus. Um diese Zielsetzung zu erfüllen, wurden Vorschläge erarbeitet, wie Kommunikationskanäle angepasst werden können, um auch für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen voll zugänglich zu sein. Weiter wurden Vorschläge zusammengestellt, um Menschen mit Sehbehinderungen gezielt zu erreichen. Die Erkenntnisse dieser Broschüre basieren auf einem durchgeführten Interview mit einer Person aus der Zielgruppe, das eine wertvolle Perspektiven aufzeigte und tiefere Einblicke in die Zugänglichkeitsanforderungen gab.

Dry January wird unterstützt durch





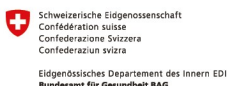
**DRY JANUARY**<sup>®</sup>  
CH

## Kommunikationskanäle

Sehbehinderte Menschen informieren sich ähnlich wie die allgemeine Bevölkerung, nutzen jedoch oft spezialisierte Medien und Technologien. Um die Barrierefreiheit zu gewährleisten ist dabei auf folgendes zu achten:

- Websites und Online-Plattformen: Sicherstellen, dass Webseiten alle WCAG-Standards ([Web Content Accessibility Guidelines](#)) erfüllen. Dies beinhaltet die Nutzung von Textalternativen für Bilder, strukturierte Inhalte und gute farbliche Kontraste. Eine Mindestschriftgröße von 16 bis 18 Punkt wird empfohlen. Zudem sollten klare, gut lesbare Schriftarten wie Arial, Verdana oder Tahoma verwendet werden, und digitale Inhalte müssen so gestaltet sein, dass Benutzer:innen die Schriftgröße individuell anpassen können.
- Soziale Medien: Einsatz von alternativen Texten oder detaillierten Beschreibungen für Bilder und Grafiken, um deren Inhalt vorlesbar zu machen. Bereitstellung von Audio- und Videoinhalten, die mit Untertiteln versehen sind.
- Print-Materialien: Informationen in Braille-Schrift und Großdruckversionen von Broschüren und Flyer. Dabei wird für Menschen mit stärkeren Seheinschränkungen eine Vergrößerung der Schrift auf 22 bis 24 Punkt empfohlen.

Dry January wird unterstützt durch





**DRY JANUARY®**  
CH

## Massnahmen für die Zugänglichkeit

Um bei einer Kampagne diese Personengruppe gezielt anzusprechen und zu erreichen, werden folgende Maßnahmen und Schritte vorgeschlagen:

### 1. Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Blindenverband-Sektion Nordwestschweiz

- Kontaktaufnahme per E-Mail: Um die Kampagneninformationen für Menschen mit Sehbehinderungen zugänglich zu machen, sollten sie per E-Mail versendet werden, da diese oft Screenreader und andere assistive Technologien nutzen, welche die E-Mails vorlesen oder visuell verbessern können. E-Mails können zudem leicht angepasst werden, zum Beispiel durch größere Schriftarten oder kontrastreiche Farben, um die Zugänglichkeit weiter zu erhöhen.
- Referate und barrierefreie Veranstaltungen: Organisieren Sie Vorträge oder spezielle Events wie "Bar-hopping", die barrierefrei gestaltet sind oder speziell für Menschen mit Sehbehinderungen konzipiert werden.  
Diese Veranstaltungen könnten auch in der Umgebung von Menschen mit Sehbehinderungen stattfinden, wie beispielsweise Arbeitswerkstätte oder dem Schweizerischen Blindenverband selbst, um so die Teilnahme zu erleichtern.

### 2. Zusammenarbeit mit der Zeitschrift "Der AugenBlick"

- Broschüre vom Schweizerischen Blindenverband anfragen: Kontaktieren Sie den Schweizerischen Blindenverband und bitten Sie um eine Zusammenarbeit mit der Broschüre "Der AugenBlick". Ein Beitrag, der Ihre Kampagne vorstellt, kann die Reichweite bei Menschen mit Sehbehinderung erheblich erhöhen. Da die Leser:innen dieser Broschüre sich bewusst Zeit für Beiträge und Informationen nehmen, ist die Chance auf positive Resonanz hoch.

### 3. Podcast auf der offiziellen Kampagnenseite "Dry January"

- Podcast hinzufügen: Ergänzen Sie die Kampagnenseite mit einem Podcast, der die Ziele und Inhalte der Kampagne erklärt. Achten Sie darauf, dass der Podcast auch für sehbehinderte Menschen zugänglich ist, gut sichtbar und kontraststark.
- Anpassungen der Website: Stellen Sie sicher, dass Bilder auf der Website gut beschriftet sind und achten Sie auf ausreichenden farblichen Kontrast, um die Barrierefreiheit zu gewährleisten.

Dry January wird unterstützt durch



**DRY JANUARY**<sup>®</sup>  
CH

#### 4. Zusammenarbeit mit Arbeitsstätten für Sehbehinderte (z.B. "Blinde Kuh")

- Angebot alkoholfreier Cocktails: Fragen Sie Restaurants wie die "Blinden Kuh" an, ob sie während des "Dry January" alkoholfreie Cocktails anbieten können. Damit soll eine inklusive Anfrage an Restaurants gewährleistet sein und Menschen mit Sehbehinderungen, die in solchen Restaurants arbeiten, können dadurch mit der Kampagne in Kontakt kommen.
- Workshops organisieren: Planen und bieten Sie Workshops in diesen Locations an, um das Projekt zu unterstützen und bekannter zu machen.

Durch diese gezielten Maßnahmen können Sie sicherstellen, dass Ihre Kampagne auch Menschen mit Sehbehinderungen erreicht und deren spezifische Bedürfnisse berücksichtigt werden. Die enge Zusammenarbeit mit spezialisierten Organisationen und die Anpassung von Kommunikationsmitteln sind entscheidend um Menschen mit Sehbehinderungen zu erreichen.

#### **Weiterführende Informationen und Quellen:**

Seheinschränkungen und ihre Besonderheiten. (2024). <https://www.enab-leme.ch/de/behinderungen/sehbehinderung-definition-ursachen-und-therapie-684>

Wissen Sehbehinderung - SZBLIND. (2024). <https://www.szblind.ch/fuer-betroffene-und-angehoerigen/fuer-betroffene-und-angehoerige/menschen-mit-blindheit-und-sehbehinderung/wissen>

Interview durchgeführt am 15.06.2024 mit P.Z. (Person mit Sehbehinderung)

Erstellt von: Brunner Sina, Gröbli Rahel, Jucker Lisa, Laubscher Noëmie, Lengacher Tamara, Müller Fabienne, Potenza Luca, Scheibenreif Julia, Wunderlin Oona und Zbinden Thierry

Dry January wird unterstützt durch

