

E DIN EN 17478:2020-02 (D/E)

Erscheinungsdatum: 2020-01-17

Dienstleistungen im Transportwesen - Kundenkommunikation für Dienstleistungen
im Personenverkehr - Ein Universal Design-Ansatz; Deutsche und Englische
Fassung prEN 17478:2020

Transport Services - Customer communications for passenger transport services - A
Universal Design approach; German and English version prEN 17478:2020

Inhalt	Seite
Europäisches Vorwort.....	4
Einleitung	5
1 Anwendungsbereich.....	6
2 Normative Verweisungen	6
3 Begriffe	6
4 Erreichen eines universellen Designs	9
4.1 Allgemeines	9
4.2 Verstehen des Ziels der universellen Gestaltung.....	9
4.3 Erreichen einer organisatorischen Verpflichtung zu einem Ansatz der universellen Gestaltung.....	10
4.4 Anwenden der Grundsätze und Leitlinien der universellen Gestaltung.....	10
5 Merkmale, Fertigkeiten und Präferenzen der Benutzer	10
6 Anforderungen der universellen Gestaltung von Kommunikation	11
6.1 Allgemeines	11
6.2 Schriftliche Kommunikation.....	12
6.3 Verbale Kommunikation.....	12
6.4 Digitale Kommunikation.....	13
6.4.1 Allgemeines	13
6.4.2 Webbasierte Kommunikation	13
6.4.3 Elektronische Nicht-Web-Dokumente.....	14
6.4.4 SMS- und Sofortnachrichtenkommunikation.....	14
6.4.5 Telefonische Systeme.....	14
7 Bewertung der Anwendung eines Ansatzes der universellen Gestaltung	15
7.1 Allgemeines	15
7.2 Überwachung und Messung.....	15
7.3 Analyse und Bewertung	15
Anhang A (informativ) Universelle Gestaltung ist wirtschaftlich sinnvoll.....	16
A.1 Universelle Gestaltung: demografische Aspekte.....	16
A.2 Universelle Gestaltung: rechtliche Aspekte.....	16
A.3 Universelle Gestaltung: wirtschaftliche Aspekte	16
Anhang B (informativ) Die 7 Grundsätze und 29 Leitlinien der universellen Gestaltung	18
B.1 Grundsatz 1: gleichberechtigte Nutzung.....	18
B.2 Grundsatz 2: flexible Nutzung	18
B.3 Grundsatz 3: einfache und intuitive Nutzung.....	18
B.4 Grundsatz 4: wahrnehmbare Informationen	19
B.5 Grundsatz 5: Fehlertoleranz	19
B.6 Grundsatz 6: geringe körperliche Anstrengung.....	19
B.7 Grundsatz 7: Größe und Platzbedarf für Zugang und Nutzung.....	20

Anhang C (informativ) Merkmale, Fertigkeiten und Präferenzen von Benutzern	21
C.1 Allgemeines.....	21
C.2 Ressourcen zu Benutzermerkmalen und -fertigkeiten.....	21
C.3 Fachwissen	22
C.4 Direkte Interaktion mit Benutzern	23
Anhang D (informativ) Tabellen für die Anwendung der Grundsätze und Leitlinien der universellen Gestaltung bei der Gestaltung der Fahrgastkommunikation im Bereich von Dienstleistungen im Transportwesen	25
Anhang E (informativ) Tabellen für die Zuordnung der Grundsätze und Leitlinien der universellen Gestaltung zu den Gestaltungsleitfäden nach Anhang F, G und H	29
E.1 Allgemeines.....	29
E.2 Zweck und Aufbau der Tabellen.....	29
E.3 Inhalt der Tabellen	30
E.4 Reihenfolge der Tabellen.....	30
Anhang F (informativ) Schriftliche Kommunikation	47
F.1 Einleitung.....	47
F.2 Inhalte schriftlicher Kommunikation.....	47
F.2.1 Text	47
F.2.2 Datumsangaben, Zahlen und Prozentangaben	47
F.2.3 Grafiken.....	48
F.3 Design, Dokumentstruktur und Formatierung	48
F.4 Papier und Bindung.....	48
F.5 Formulardesign	49
F.6 Leitfaden für Beschilderungen	49
F.6.1 Inhalt	49
F.6.2 Design.....	49
F.6.3 Taktile Kennzeichnungen.....	50
F.6.4 Positionierung.....	50
F.6.5 Farben, Bilder, Grafiken und Visualisierungen	50
F.6.6 Papier und Bindung.....	50
Anhang G (informativ) Verbale Kommunikation	51
G.1 Einleitung.....	51
G.2 Persönliche Gespräche	51
G.3 Ansagen	52
Anhang H (informativ) Digitale Kommunikation	53
H.1 Einleitung.....	53
H.2 Webseiten	53
H.2.1 Allgemeines.....	53
H.2.2 Schreiben für das Internet	53
H.2.3 Design.....	54
H.2.4 Verknüpfungen	54
H.2.5 Verknüpfungsbeschreibungen sollten das Ziel ihrer Verknüpfung beschreiben. Verwendung von „Hier klicken“ vermeiden	54
H.2.6 Webseitenavigation	54
H.2.7 Online-Formulare	54
H.2.8 Mitteilungen zur Zeitüberschreitung	55
H.2.9 Suche	55
H.2.10 Bilder und Multimedia.....	55
H.3 Mobile Webinhalte und Apps	55
H.4 E-Mails und Newsletter	56
H.5 Elektronische Dokumente.....	56
H.6 Telefonische Systeme.....	57
H.7 SMS-Kommunikation	57
H.8 Leitfaden zu sozialen Medien	57
Literaturhinweise	58