

**Filter**

Dank Filtern von Zensations kann jeder leicht nachempfinden, wie Menschen sehen, die eine Farbschwäche haben.

Inklusive Ansätze

Barrierefreiheit wird bei Zensations großgeschrieben – zum Colorblind Awareness Day hat sich die Agentur etwas einfallen lassen.

WIEN. Wie nehmen Menschen mit einer Farbsehschwäche eigentlich die Welt wahr? Dieser Frage hat sich die Wiener Digitalagentur Zensations angenommen und pünktlich zum Colorblind Awareness Day am 6. September einen Facefilter entwickelt, der Farbfeldsichtigkeiten anhand eines Kamera-Live-Bildes simuliert.

Diese treten immerhin bei rund 300 Mio. Menschen weltweit auf. Doch wie wirkt sich nun Rotblindheit, Grünblindheit, Blaublindheit oder eine generelle Farbenblindheit eigentlich im Alltag aus und welche Herausforderungen gehen da-

mit für die Betroffenen einher? Normalsichtige können dieser Frage nun nachgehen und die Wirkung der verschiedenen Sehschwächen auf die Umwelt mit dem Augmented Reality-Filter auf Facebook und Instagram ausprobieren.

Nachempfindung

Per Klick auf die Links wird man direkt zu den jeweiligen Anwendungen weitergeleitet und kann das Gefühl und die Erfahrung der Farbfeldsichtigkeit anhand vier zur Verfügung stehender Filter in der realen Welt erleben.

„Wir verfolgen seit Jahren einen inklusiven Ansatz in unserer

Arbeit und beschäftigen uns intensiv mit dem Thema Accessibility“, so Zensations-Geschäftsführerin Sabrina Hanneman.

Accessibility meint die Barrierefreiheit, die nicht nur in der realen, sondern eben auch in der digitalen Welt gegeben sein sollte. Gemeint ist hiermit konkret, dass alle Internetnutzer unabhängig von ihren körperlichen und mentalen Kompetenzen uneingeschränkt auf Online-Angebote zugreifen und diese in vollem Umfang nutzen können.

„Uns ist es wichtig, aufzuzeigen, dass auch neue Anwendungen wie AR-Filter nachhaltig als Instrumente genutzt werden

können, um für eben Accessibility, also Bewusstsein und Verständnis, zu generieren“, ergänzt Hanneman.

Der Colorblind-Filter ist der dritte AR Filter, den die Agentur veröffentlicht hat. Bereits im Frühjahr diesen Jahres wurden die ersten Filter zum Eurovision Song Contest sowie zum Life Ball präsentiert. Weitere ausführliche Informationen zum Colorblind-Filter finden sich in einem aktuellen Blogpost. Das Whitepaper rund um das Thema „Trends und Ausblicke für Augmented Reality (AR)“ steht auf der Agentur-Website zum kostenlosen Download bereit. (gs)

VORSTELLUNG

Ein kurzes Porträt der Agentur Zensations

Die Agentur

Zensations ist eine Wiener Digitalagentur und betreut nationale und internationale Kunden bei der Etablierung digitaler Marketing- und

Kommunikationsstrategien. Der Fokus der Agentur liegt im Bereich Digitales Marketing, Web Accessibility, UX-Design sowie in der Realisierung komplexer Webanwendungen.

Zu den Kunden zählen unter anderem DJ Mag, Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs, Klima- und Energiefonds, myAbility,

Österreichischer Schulbuchverlag, Österreichische Hochschülerschaft, OSZE, ÖAMTC, Scubajet, Wirtschaftsagentur Wien oder auch World Vision International.



© Zensations