

MAXWELL SCOTT

BAGS

Internationales Modeunternehmen setzt jetzt beim Onlineshopping auf barrierefreies Einkaufen

Rund 80% aller behinderten Menschen in Deutschland nutzen das Internet, dabei werden diese Konsumenten allerdings immer wieder mit zum Teil gravierenden Nutzungsproblemen konfrontiert. Daher hat die internationale Leder Luxusmarke Maxwell-Scott jetzt einen Plan für ein barrierefreies Einkaufen auf der eigenen Webseite vorgestellt.

- *Die COVID-19 Pandemie hat zu einem verstärkten Hang zum Onlineshopping geführt, aber viele Webseiten sind für behinderte und ältere Menschen nicht einfach zugänglich oder zu navigieren.*
 - *Basierend auf einer Umfrage des britischen Behindertenverbandes Scope können 50% der behinderten Nutzer Onlineeinkäufe häufig nicht abschließen und 32% müssen sich Hilfe von einer anderen Person suchen.*
 - *Das internationale Luxusunternehmen Maxwell-Scott arbeitet jetzt mit Hilfe von EqualWeb an einer Umstrukturierung der eigenen Webseite, um den Ansprüchen aller Nutzer in Zukunft gerecht zu werden.*
 - *Bedienungshilfen wie die Sprachsteuerung, die Navigation ohne Maus oder mit Keyboard, Text- und Bildschirmleser und das Stoppen von blinkenden und beweglichen Elementen werden künftig Teil des digitalen Angebotes der Modemarke.*
-

Da das Einkaufen in Ladengeschäften aufgrund von COVID-19-Beschränkungen seit mehr als einem Jahr deutlich eingeschränkt ist, ist Onlineshopping für viele Kunden inzwischen die einfachste und für die Gesundheit sicherste Option. Während das für viele keine große Umstellung ist, sind die Hindernisse, mit denen Menschen mit Behinderungen im Internet dabei konfrontiert sind, sowohl für Einzelhändler als auch für Verbraucher problematisch.

Laut einer Umfrage des britischen Behindertenverbandes Scope stehen Menschen mit Behinderung bei der Nutzung von Webseiten häufig vor gleich mehreren Problemen. Dazu gehören unter anderem die Navigation der Webseite, Captcha Puzzle und ein komplizierter Registrierungsprozess beim Onlineshopping. Basierend auf der Umfrage schätzt der Verband, dass 50% der behinderten Nutzer Onlineeinkäufe regelmäßig nicht abschließen können und 32% sich Hilfe von einer anderen Person suchen müssen, um die Ware letztendlich zu bestellen. 40% der befragten Personen gaben auch an, dass Sie im Zweifelsfall eher bei einem anderen Anbieter einkaufen würden, wenn die Nutzung der

Website dort einfacher ist. Diese Resultate zeigen, dass Onlineanbieter die eigene Webseite dringend optimieren müssen, um den Einkauf so barrierefrei wie möglich zu gestalten und den Marktanteil der behinderten und älteren Nutzer nicht an andere - besser vorbereitete Unternehmen - zu verlieren.

“Gerade jetzt, in Zeiten der Pandemie, ist es unglaublich wichtig für Onlineanbieter, die eigene Website für die Bedürfnisse von behinderten und älteren Nutzern zu optimieren”, erklärt William Forshaw, CEO der preisgekrönten Luxusledermarke Maxwell-Scott. “Unser Team hinter den Kulissen ist sehr bunt zusammengewürfelt und genau diese Inklusivität möchten wir natürlich auch für unsere behinderten und älteren Kunden auf der Webseite widerspiegeln.”

Um den Worten Taten folgen zu lassen, arbeitet Maxwell-Scott daher jetzt mit EqualWeb zusammen, um die eigenen digitalen Angebote so barrierefrei und benutzerfreundlich wie möglich zu gestalten. Im Fokus steht dabei besonders die vereinfachte Nutzung der Website für Konsumenten, die blind, epileptisch, körperlich beeinträchtigt oder älter sind. Mit Hilfe von EqualWeb wird Maxwell-Scott daher unter anderem auf der eigenen Webseite Bedienungshilfen wie die Sprachsteuerung, die Navigation ohne Maus oder mit Keyboard, Text- und Bildschirmleser und das Stoppen von blinkenden und beweglichen Elementen anbieten.

Bereits jetzt stellt die Luxusmarke beim Onlineshopping ein Eingabefeld bereit, in dem Kunden extra Kommentare für die Bestellabwicklung hinterlassen können. Hier kann zum Beispiel nach einer längeren Wartezeit bei der Zustellung gebeten werden, wenn durch eine körperliche Beeinträchtigung der Weg zur Haustür ein wenig länger dauert. Die Organisation Citizens Advice empfiehlt diese Funktion dringend, denn laut einer Umfrage hat 1 von 3 Personen bereits schon einmal eine Lieferung verpasst, weil der Zusteller nicht lange genug an der Tür gewartet hat.

“Wir hoffen, das unser Beispiel andere Einzelhändler ebenfalls dazu motiviert, die eigenen Internetangebote barrierefreier zu gestalten”, sagt Julia Munder, Maxwell-Scott Marketing Direktorin. “Für uns ist die Verbesserung unserer Webseite mit Hilfe von EqualWeb erst der Anfang - wir werden auch in Zukunft immer weiter daran arbeiten, um das Onlineshopping für unsere behinderten und älteren Kunden so barrierefrei wie möglich zu gestalten.“

-ENDE-

Über Maxwell-Scott:

Maxwell-Scott ist eine internationale Leder Luxusmarke, die all ihre Produkte in Handarbeit in Italien herstellt. Seit der Gründung im Jahr 2002 hat die Firma ein stetiges Wachstum verzeichnet und bietet inzwischen mehr als 190 Produkte weltweit an. Nachhaltigkeit wird bei Maxwell-Scott großgeschrieben, daher nutzt die Marke ausschließlich pflanzlich-gegerbtes Premiumleder und arbeitet nur mit Gerbereien zusammen, die Mitglieder des italienischen Konsortiums der pflanzlichen Landgerber sind. Zusätzlich hat das Unternehmen ein ambitioniertes Nachhaltigkeitsversprechen für die kommenden Jahren vorgelegt (zu finden [hier](#)). Maxwell-Scott Taschen und Accessoires genießen eine stetig wachsende Beliebtheit und wurden unter anderem schon in InStyle Deutschland, GQ Deutschland, der Süddeutschen Zeitung und Falstaff gezeigt.

Kontakt:

Für weitere Informationen, ein individuelles Zitat oder hochauflösendes Bildmaterial kontaktieren Sie bitte Nicole Rohde (nicole@maxwellscottbags.com) / (+49) 069 66554287

Besuchen Sie Maxwell-Scott hier: <https://www.maxwellscottbags.de/>