

Leitfaden:
Barrierefreies Internet
für Entscheider

Teil 2: Kosten und
Schnelltest



Vorwort

Werkzeuge an Ihre Hand

Willkommen beim zweiten Teil des Leitfadens „Barrierefreies Internet für Entscheider“. Dieser Teil wird besonders interessante Informationen für Sie bereit halten. Wir haben zwei sehr relevante Aspekte aufbereitet, die Sie maßgeblich in Ihrem Wissen und Handeln unterstützen.

„Wieviel kostet barrierefreies Internet?“. Diese häufig gestellte Frage werden wir Ihnen ausführlich beantworten. Wir versprechen Ihnen, dass Sie überrascht sein werden.

„Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“. Dieses Sprichwort kann für Sie zur Handlungsmaxime werden. Wir haben einen leicht erlernbaren Schnelltest entwickelt, mit dem Sie ohne zusätzliche Kenntnisse oder Werkzeuge Internetseiten hinsichtlich ihres grundlegenden Grades an Barrierefreiheit testen können. So haben Sie immer ein Controlling-Instrument zur Hand, das es Ihnen erlaubt, sich über Ihre eigenen Seiten, die Ihrer Dienstleister, deren Referenzen oder jeden anderen Internetauftritt ein Bild zu verschaffen.

Wir wünschen Ihnen angenehmes Lesen.

Ihr Wertewerk-Team



Inhaltsverzeichnis Teil 2

Hier finden Sie alle Kapitel dieses Teils in der Übersicht. Sie können das gewünschte Kapitel anklicken, um direkt dorthin zu springen.

Wieviel kostet barrierefreies Internet?

Leitbilder zur Investition	3
Kosten und Nutzen	4
10 Vorteile - 10 Argumente	4

Ihr Schnelltest in 4 Schritten

Anmerkungen zu Testverfahren	10
1. Validität	11
2. Skalierbarkeit	14
3. Navigierbarkeit	15
4. Textbasierte Ausgabe	16
Fazit und Ausblick	19

Vorschau und Impressum	20
------------------------	----

Wieviel kostet Barrierefreiheit?

Leitbilder zur Investition

Immer wieder wird argumentiert, barrierefreie Gestaltung sei viel zu teuer. Das stimmt so nicht. Entscheidend ist, in welcher Phase des Projekts man sich befindet und wie die vorhandenen Internetseiten beschaffen sind. Generell sind Sie sicherlich schlecht beraten, wenn Sie eine gerade neu erstellte oder überarbeitete Seite auf Barrierefreiheit hin optimieren wollen oder sollen. Diese Situation wird Ihnen Mehrkosten nicht ersparen. Oder anders herum:

Je früher Sie Aspekte der Barrierefreiheit bei der Konzeption und Realisierung eines Internetauftritts berücksichtigen, desto geringer fallen die Mehrkosten aus - zu Ihrer Orientierung: 0 - 10%.

Maximale Zusatzkosten entstehen vor allem dann, wenn Nutzer zu Ihrer Zielgruppe gehören, die Inhalte in speziell für sie aufbereiteter Weise benötigen. Als prominenteste Vertreter sind hier die Menschen zu nennen, die auf Deutsche Gebärdensprache angewiesen sind oder solche mit sehr niedrigem Bildungsniveau, beispielsweise mit Down-Syndrom. Ist dies nicht der Fall, können Sie entsprechend Ihrer Ziele alle Nutzer mit einem Quelldokument bedienen.

Grundsätzlich lassen sich zwei Situationen unterscheiden, die sich auf die Kalkulation auswirken:

A. Neukonzeption des Angebots

Bei der Neukonzeption eines Internetauftritts rechnet sich Zugänglichkeit immer. Denn eines ist klar: wenn Barrierefreiheit im Vorfeld berücksichtigt wird, entstehen keine Zusatzkosten im Vergleich mit herkömmlichem Webdesign.

B. Relaunch des Webauftritts

Diese Situation ist etwas differenzierter zu betrachten. Hier kommen zusätzliche Faktoren ins Spiel, wie ein Umstellen von statische auf dynamische Websites oder ein etwaiger Wechsel des Content Management Systems. Ebenso spielen Aspekte wie Lizenzgebühren, internes Datenmanagement, Programmierungsaufwand oder auch das Kompetenz- bzw. Honorarniveau der Dienstleister eine Rolle. Einen wichtigen Faktor stellt die Pflege und Redaktion Ihres Webauftritts dar. Je nach Entscheidungssituation fallen hier keine Mehrkosten an.

Einen detaillierten Fragenkatalog zur Konzeption und zur Formulierung von Ausschreibungen erhalten Sie im vierten Teil unseres Leitfadens.

Wieviel kostet Barrierefreiheit?

Kosten-Nutzen abschätzen

Barrierefreie Kommunikation muss sich wie jede andere Investition auch an ihrem ROI (Return on Investment) messen lassen: maximale Reichweite, mehr Traffic, neue Kundenströme, kurze Ladezeiten, größere Klicktiefe, einfache Handhabung, höhere Anzahl an Stammnutzern, gesteigerte Umsätze. Dies sind entscheidende Faktoren, auf die sich zugängliche Angebote unmittelbar auswirken.

„Die Usability und das Online-Erlebnis wird für viele Nutzer in Anbetracht der harten Konkurrenz im Web ein wichtiger unterscheidender Faktor werden. Also ist es vom wirtschaftlichen Standpunkt aus gesehen sehr sinnvoll, eine barrierefreie Website zu haben. Ich bin davon überzeugt, dass dies einen Gewinn sowohl für den Benutzer als auch für den Anbieter bedeutet.“

*Ian Lumsden,
CEO des Finanzdienstleisters Standard Life*

Entscheidend ist das Verhältnis der investierten Kosten zum erzielten Nutzen, denn zugängliche Kommunikation kann, soll und muss sich rechnen. Vor einer Investition ist es sinnvoll, die zu erwartenden Mehrwerte abzuwägen:

10 Vorteile - 10 Argumente

1. Maximierte Reichweite

Der entscheidende Wertschöpfungsbeitrag barrierefreier Kommunikation liegt in der maximalen Reichweite Ihres Angebots. Alle Interessenlagen werden dadurch bedient: sei es Budgetierung, Umsatzsteigerung, Informationsverbreitung, Rechtskonformität, gesellschaftliche Aufträge oder moralische und repräsentative Anliegen.

Allein die Zahl an Nutzern, die durch barrierefreie Angebote überhaupt erst die Möglichkeit haben, digitale Inhalte und Services zu erreichen, zeigt, welches Kundenpotenzial bisher unerschlossen blieb.

Anders ausgedrückt: Zugängliche Internetseiten verwirklichen die maximale Reichweite für Ihr Angebot und steigern sie zwischen 10 und 20 Prozent.

Wussten Sie schon? Bereits heute gehen mehr Menschen ab 50 ins Internet (nämlich 7,5 Mio.) als Jugendliche zwischen 14 und 19 (4,7 Mio.) oder junge Erwachsene zwischen 20 und 29 Jahren (6,3 Mio.)

(Quelle: @facts 7/2004)

Wieviel kostet Barrierefreiheit?

10 Vorteile - 10 Argumente

2. Suchmaschinenoptimierung

Barrierefreie Kommunikation ist professionelles Suchmaschinenmarketing ohne zusätzlichen Aufwand.

Für Suchmaschinen gilt das gleiche wie für die unterschiedlichen Ausgabegeräte: sie können vollständig auf den Inhalt zugreifen, ihn indizieren und damit leichter und schneller auffindbar machen. Denn maßgebliche Suchmaschinen stufen standardkonforme Seiten höher ein.

„Google is the biggest „blind user“ on the web.“

Jeffrey Zeldman, Accessibility-Spezialist



3. Höhere Konversionsrate

Die Konversionsrate drückt aus, wieviele Besucher einer Internetseite von passiven Surfern zu aktiven Nutzern werden, beispielsweise indem sie eine Anfrage stellen, Dokumente herunterladen, Formulare ausfüllen oder eine Bestellung tätigen.

Im Rahmen einer Studie optimierten zehn deutsche E-Commerce-Anbieter nach einer Analyse ihres Online-Shops die Nutzerführung und konnten so die Konversionsrate um durchschnittlich 40% steigern.

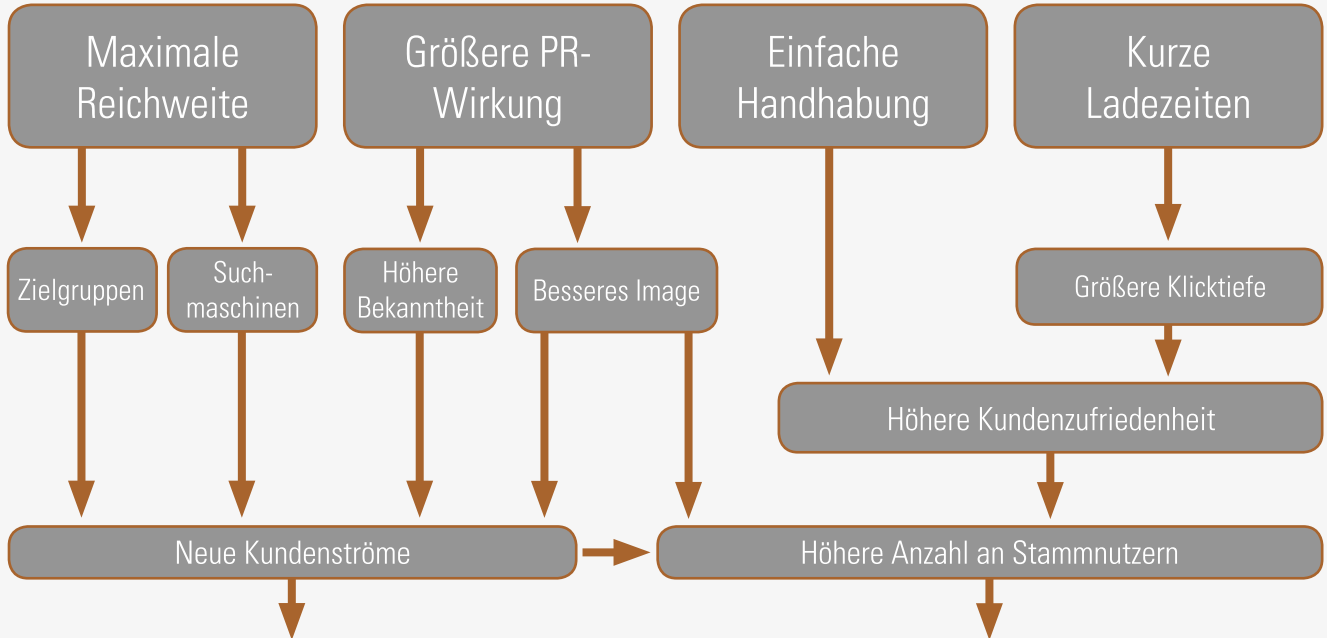
(Ideal Observer, 11/2003)

4. Umsatzsteigerung

Als Orientierungsgröße für die Umsatzsteigerung, die aus zugänglich gestalteten E-Commerce-Angeboten resultiert, dient ein proportionales Hochrechnen nach dem Prinzip: mehr Nutzer, höhere Umsätze. Studien zeigen jedoch, dass die tatsächliche Erhöhung noch weit stärker ausfallen kann.

Eine Übersicht bietet Ihnen folgende Grafik:

Barrierefreies Internetangebot



©Wertwerk 2004

Nach der Studie „Kundenkompass Onlineshopping“ von der novomind AG und dem F.A.Z.-Institut (10/2004) stellen neben technischen Problemen, wie einem langsamen Seitenaufbau oder unverständlichen Fehlermeldungen, vor allem unübersichtliche und schlecht bedienbare Shops die größten Hürden beim Onlinekauf dar. 40 Prozent der Nutzer haben deswegen ihre Einkaufstour vorzeitig abgebrochen. Den Anbietern entgingen dadurch allein im ersten Halbjahr 2004 rund 2,1 Milliarden Euro Umsatz.

Wieviel kostet Barrierefreiheit?

10 Vorteile - 10 Argumente

5. Kostengünstiger Relaunch

Barrierefreie Internetangebote zahlen sich doppelt aus: durch höhere Umsätze und geringere Folgekosten. Durch die strikte Trennung von Inhalt und Gestaltung lassen sich barrierefreie Seiten mit weniger Aufwand aktualisieren, bearbeiten oder erweitern.

Beispiel: www.einfach-fuer-alle.de

„Richtig zum Tragen kommen die Kostenvorteile, wenn man einen bereits weitestgehend standardkonformen und barrierefreien Auftritt erneut überarbeitet. Feststellen durften wir das beim erneuten Relaunch, als der einfache Austausch einiger Style Sheets in wenigen Manntagen geleistet werden konnte.“

*Tomas Caspers
Webentwickler von einfach-fuer-alle.de*

Übrigens: der Einsatz von Webstandards macht Sie auch unabhängiger von Ihrem Dienstleister. Standardkonform erstellte Seiten sind für jeden kompetenten Web-Entwickler durchschaubar und damit effizient zu bearbeiten.

6. Kürzere Ladezeiten

Standardkonforme Codierung reduziert Dateigrößen, verkürzt Ladezeiten und spart dadurch Serverkosten. Im deutschsprachigen Raum gibt es bisher wenig konkrete Zahlen. In England und den USA wurden bereits erste Beispielrechnungen veröffentlicht und diskutiert.

Faustregel: Standardkonforme Umsetzung reduziert den Datendurchsatz um bis zu 70%.

Beispiel: Schwäbischer Heimatbund

Bei der Überarbeitung der Internetpräsenz des Schwäbischen Heimatbundes e.V. konnte der Datendurchsatz durchschnittlich um rund 50% verringert und die Zugriffszahlen mehr als vervierfacht (!) werden.

Beispiel: www.multimap.com

Der Kartenspezialist multimap.com hat täglich vier Millionen Zugriffe. Durch standardkonformes Redesign gelang es, die mittlere Dateigröße einer Seite von 65 auf 35 kb zu verringern. Das entspricht einer Ersparnis von 40.000 GB jährlich, oder - wie es der Webentwickler ausdrückt: „The move to web standards paid for itself within a month.“

› [zur Übersicht](#)

Wieviel kostet Barrierefreiheit?

10 Vorteile - 10 Argumente

7. Entlastung nach innen

Ein weiteres Potenzial durch zugängliche Internetangebote liegt in der Entlastung interner Arbeitsabläufe. Antworten zu häufig gestellten Fragen, leicht bedienbare Bestell- oder Anmeldeformulare oder weitere Angebote erleichtern die Arbeit in Telefon-Zentralen, bei Kundenservice oder Bestellannahme. Die Mitarbeiter können sich dadurch besser auf ihre Kernaufgaben konzentrieren und somit wirtschaftlicher agieren.

8. Wettbewerbsvorteil sichern

Gegenwärtig lassen sich durch die Integration von Zugänglichkeit in Ihre Marketing- und Kommunikations-Strategie ungleich höhere Wettbewerbsvorteile erzielen als voraussichtlich in drei bis fünf Jahren. Durch barrierefreie Angebote können Sie die eigene Position stärken und originäre Alleinstellungsmerkmale aufbauen.



9. Neue Märkte erschließen

Die First Mover sind in manchen Segmenten bereits auf dem Plan. In einigen Jahren kann es ein großer Nachteil sein, keinen barrierefreien Internetauftritt zu haben. Beispielsweise kaufen laut dem Preissuchdienst medpreis.de immer mehr Senioren ihre Medikamente online.

Skalierbare Schriften, schneller Seitenaufbau, einfache Handhabung - mit solchen Mehrwerten setzen Sie Maßstäbe. Wer sich aktuell auf Accessibility einlässt, wird nicht nur Neu-, sondern auch Wechselkunden begrüßen können, deren Bindung umso leichter fällt.

Wieviel kostet Barrierefreiheit?

10 Vorteile - 10 Argumente

10. Akzeptanz und Resonanz

Barrierefreiheit ist auch ein Modethema. Wenn Sie in Ihrem Marktsegment der erste Anbieter werden, der seine Inhalte und Services ohne Zugangsbarrieren bereitstellt, können Sie sich neben dem Marktvorsprung auch optimale PR-Wirkung sichern. Erfolgreiche Imagepflege wird hier in der Öffentlichkeit honoriert.

„'Stern' ist Vorreiter beim barrierefreien Internet“ - so lautete eine dpa-Meldung am 01.06.2004 und wurde von vielen Medien aufgegriffen. Sie belohnten den Schritt in die richtige Richtung durch zahlreiche Berichte.

Mit barrierefreien Angeboten unterstreichen Sie Ihre Konsensfähigkeit, Ihr sozialpolitisches Bewusstsein, Ihr Innovationsprofil und selbstverständlich konsequente Kundenorientierung. Sie liefern Waren- und Nachrichtenwerte und erzielen eine öffentliche Aufmerksamkeit, die mit veralteten Angeboten kaum möglich ist.

Kundenbindung im E-Commerce ist möglich. Rund 75% der intensiven Online-Käufer beschränken sich auf eine Handvoll Online-Shops, mit denen sie beim letzten Kauf zufrieden waren.

Quelle: Studie „Kundenbindung über das Internet, ECC Handel 2004

Fazit

Nicht jeder Nutzen, der mit Barrierefreiheit verbunden ist, lässt sich exakt in Euro und Cent berechnen. Aber aus den genannten Vorteilen generieren Sie Mehrwerte, die Sie mit nicht standardkonformen Seiten verschenken würden.

Es lohnt sich, diese Mehrwerte in konkreten Zahlen zu ermitteln. Setzen Sie die jeweilige Steigerung bzw. Ersparnis durchaus konservativ an. Sie werden von der erzielbaren Effektivität überrascht sein.

Ihr Schnelltest

Anmerkungen zu Testverfahren

Es gibt zahlreiche Anbieter, die gegen Honorar Internet-Auftritte auf Barrierefreiheit testen. Hierzu werden sowohl automatisierte Prüfwerkzeuge als auch Testgruppen mit betroffenen Menschen oder variierenden technischen Umgebungen eingesetzt. Je nach Selbstverständnis orientieren sich die Anbieter solcher Tests dabei entweder mehr am Nutzerverhalten oder mehr an den gesetzlichen Richtlinien.

Automatische Prüftools können nur die rein technisch bedingten Richtlinien überprüfen. Alle anderen Kriterien, die inhaltsabhängig oder nicht logisch verifizierbar sind, bedürfen einer manuellen Überprüfung. Aktuell besteht die BITV aus 54 Richtlinien, von denen nur sechs zweifelsfrei automatisch prüfbar sind.

Wir wollen Ihnen aber an dieser Stelle einige einfache und schnell zu erlernende Möglichkeiten an die Hand geben, wie Sie zum Beispiel Referenzen eines von Ihnen angefragten Dienstleisters oder auch Ihre eigene Seite einer grundlegenden Prüfung unterziehen können.

Erste Schritte zur Aufklärung

Zuverlässige Tests sind aufwändig und kostenintensiv. Und oft sieht man das Unheil erst, wenn das Kind schon in den Brunnen gefallen ist. Doch Sie können selbst als Laie einige Prüfmethode leicht erlernen, die Sie beim Controlling unterstützen.

Der Schnelltest im Überblick

Auf den nächsten Seiten erhalten Sie in vier leichten Schritten den Einstieg in weitere wichtige Begriffe, über die Handhabung eines ersten Barriere-tests und über die qualitative Beurteilung der Ergebnisse. Mit ein wenig Übung lässt er sich in fünf Minuten durchführen:

- 1. Validität**
- 2. Skalierbarkeit**
- 3. Navigierbarkeit**
- 4. Textbasierte Ausgabe**

Ihr Schnelltest

Schritt 1: Validität testen

Was bedeutet Validität?

Validität meint die Gültigkeit einer Internet-Seite, also die vollständige und technisch korrekte Anwendung von elementaren Auszeichnungssprachen wie HTML.

Die Validität eines Dokuments im Internet richtet sich nach den internationalen Standards des W3C (World Wide Web Consortium). Dieses Konsortium besteht aus Spezialisten, die in fast allen Ländern der Erde regionale Büros unterhalten, und es erstellt Standards bzw. Richtlinien für das Internet.

Validität überprüfen

Das W3C bietet auch einen kostenlosen und im Internet erreichbaren Dienst zur Überprüfung von HTML-Dokumenten an. Das Originalangebot erreichen Sie unter der Adresse <http://validator.w3.org>. Es gibt auch eine deutschsprachige Adaption, auf die wir hier zurückgreifen wollen. Sie müssen hierzu:

1. <http://www.validome.org/lang/ge> aufrufen,

2. im Bereich „Quelle“ unter „URL“ die Adresse der Seite eingeben, die Sie überprüfen möchten, und

3. den Test durch Auslösen des „Validieren“-Buttons starten.

entyp ⓘ
he Erkennung

Quelle
 URL

Validieren

Ihr Schnelltest

Validierungsergebnisse beurteilen

Zur Bewertung der Ergebnisse des Validators gilt - wie bei allen logischen Zusammenhängen: entweder ein Dokument ist valide oder nicht. Es gibt also keine Zwischenformen, wie „fast valide“, „im Großen und Ganzen valide“ oder ähnliches. Die Ergebnisse lassen sich generell in drei Klassifizierungen unterteilen, die auch durch den Validator angezeigt werden:

1. Validierung nicht möglich

Das Dokument ist nicht valide.

Schwerer Fehler

Im Dokument befindet sich eine ungültige Dokumententypdeklaration (`<!DOCTYPE`

Wenn Sie dieses Ergebnis erhalten, können Sie davon ausgehen, dass der Ersteller über keine professionellen Kenntnisse verfügt. Hier fehlen sämtliche Grundlagen zur Erstellung mediengerechter Internetseiten.

2. Fehlerhafte Validität

**Das Dokument ist nicht valides
HTML 4.01 Transitional**

Bei solch einem Ergebnis hat der Seitenbauer zwar die oben vermisste Dokumententypdeklaration eingeführt, aber in der Folge grundlegende Fehler gemacht. Sollten Sie also dieses Ergebnis bei einer Referenzseite eines Anbieters erhalten, der behauptet, barrierefreie Seiten zu erstellen, sind mehr als nur wache Zweifel angebracht. Denn Validität ist ein grundlegendes Qualitätsmerkmal für professionelles Handwerk.

Ihr Schnelltest

Validierungs-Ergebnisse beurteilen

3. Valides Dokument

**Das Dokument ist valides
XHTML 1.0 Transitional**

Wenn Sie ein Ergebnis wie dieses erhalten, können Sie von einer professionellen Codierung ausgehen. Es ist ein besonderes Indiz, wenn die Dokumententypdeklaration nicht in HTML, sondern in XHTML angegeben wird. Das ist zwar nicht zwingend notwendig, deutet aber auf aktuellen Wissensstand und hohes Bewusstsein des Anbieters bzw. des Webdesigners.

Was sagt die Validität über den Grad an Barrierefreiheit aus?

Die Erstellung eines validen Dokumentes liefert ausschließlich eine Aussage über die technische Gültigkeit, nicht aber über den qualitativen Einsatz von HTML oder XHTML. Der entscheidende Merksatz hierzu lautet:

Validität ist grundlegende Voraussetzung für die Erstellung barrierefreier Dokumente. Eine nicht-valide Internetseite wird nie barrierefrei sein können.

W3C-Referenzsiegel

Das W3C stellt für die Darstellung valider Dokumente verschiedene Referenz-Buttons zur Verfügung:



Sollten Sie diese Zeichen vorfinden, erkennen Sie, dass sich der Anbieter mit dem Thema auseinandergesetzt hat. Eine Prüfung empfiehlt sich dennoch, denn schwarze Schafe der Branche heften sich zuweilen Orden ans Revers, deren Codex sie nicht erfüllen. Der seriöseste Einsatz besteht dann, wenn das Angebot an diesen Stellen direkt zu den Validatoren verlinkt. Bei richtiger Auszeichnung wird direkt die aktuell aufgerufene Seite validiert.

Ihr Schnelltest

Schritt 2: Skalierbarkeit von Schriften und Layouts testen

Ein wichtiges Kriterium zur Barrierefreiheit im Internet ist die Möglichkeit, Schriften oder (Teilbereiche) des Layouts vergrößern zu können. Besonders sehbehinderte Menschen oder solche mit altersbedingtem Nachlassen der Sehkraft profitieren von dieser Form der Umsetzung. Ob ein Anbieter dieses Angebot einbezogen hat, können Sie leicht feststellen. Starten Sie hierzu Ihren Internet Explorer und geben Sie die Adresse der zu überprüfenden Seite ein.

Gehen Sie bitte in das Menü
Ansicht > Schriftgrad und wählen „Sehr groß“

Skalierbarkeit beurteilen

Vergleichen Sie nun die Darstellung auf dem Bildschirm mit der vorherigen und stellen Sie sich folgende Fragen:

Behalten alle oder Teile der Texte die gleiche Größe?

Überlagern sich bei vergrößertem Schriftgrad Texte oder Elemente des Layouts?

Lässt sich mindestens eine dieser beiden Fragen mit Ja beantworten, können Sie davon ausgehen, dass der Anbieter bzw. die Agentur nicht für die nötigen Codierungen gesorgt hat.

Bei einer gelungenen Umsetzung sieht die Skalierung wie auf nebenstehender Abbildung aus: es gibt keine Überschneidung von Texten, Grafiken oder Bereichen.



Ihr Schnelltest

Schritt 3: Navigierbarkeit testen

Die Verlinkung der Inhalte untereinander ist mit entscheidend für die Zugänglichkeit einer Internetseite. Pauschalurteile sind hier nicht möglich, aber Sie können sich einen Eindruck verschaffen, der Sie zu einem ersten Urteil führen wird.

Die wichtigsten Grundlagen

Besuchen Sie bitte eine Seite Ihrer Wahl und beantworten Sie sich folgende Fragen:

Sind die Navigationsmenüs leicht identifizierbar gestaltet?

Geben die Namen der Links einen verständlichen Überblick über das Angebot?

Ist ein Inhaltsverzeichnis (Site Map, Übersicht) vorhanden?

Ein kleiner Selbstversuch

Es gibt zahlreiche Nutzungssituationen, die ein Navigieren ohne Maus erfordern. Sie können dies simulieren und damit die vollständige Navigierbarkeit einer Seite überprüfen. Legen Sie hierzu bitte Ihre Maus beiseite und versuchen Sie, sich ausschließlich mit der Tastatur durch eine Seite zu bewegen.

Drücken Sie hierzu die Tabulatorentaste, um von Verweis zu Verweis zu springen. Werden die angetabpten Verweise ausreichend gekennzeichnet?

Einen Link können Sie ansteuern, indem Sie die Eingabetaste drücken. Verfügt Ihre Testseite über die hierfür nötige Funktionalität?



Ihr Schnelltest

Schritt 4: Textbasierte Ausgabe testen

Eine weitere einfache Möglichkeit, sich über die Zugänglichkeit von Testseiten einen Überblick zu verschaffen, ist die textbasierte Ausgabe. Angezeigt werden dabei nur die Inhalte, die als Text auf Ihrer Seite vorgefunden werden. Hierzu finden Sie im Internet einen Simulator, falls Sie selbst keinen Textbrowser oder Vorlesesoftware installiert haben. (siehe hierzu auch: Leitfaden, Teil 1: Nutzergruppen)

Textbasierte Ausgabe simulieren

Rufen Sie hierzu bitte die Adresse <http://www.delorie.com/web/lynxview.html> in Ihrem Browser auf. Auch hier können Sie - wie beim Validator - eine Adresse Ihrer Wahl eingeben und durch Auslösen des „view page“-Schalters die Simulation starten.

Lynx Viewer

This service allows web authors to see what their pages will look like (sort of) when viewed with [Lynx](#), a text-mode web browser.



Enter the URL you want to view.

http://

view page

Ihr Schnelltest

Textausgabe interpretieren

1. Herkömmliche Seiten

Zunächst sehen Sie die Seite einer Kommune, die typisch ist für konventionell hergestellte Websites:

```
                                [logo.gif]

                                [trans.gif] [trans.gif]

[trans_1.gif] [trans_1.gif] [trans_1.gif]
[logo_1.gif]
[logo_2.gif]

                                [trans.gif]
                                [trans.gif] Bürger           Wirtschaft Tourismus
Stadtnachrichten   Stadtplan [trans.gif]
                                [trans.gif]
```

Die Texte in den eckigen Klammern zeigen Ihnen an, dass es sich hierbei um Grafiken handelt. Der Umstand, dass alle Grafiken mit der Endung „.gif“ bestückt sind, beweist, dass für diese Grafiken keine alternativen Textadäquate zur Verfügung stehen. Sie können so nicht erkennen, was sich auf den Grafiken befindet oder welche Funktion sie haben.

Die auffällige Tatsache, dass die meisten Grafiken den selben Namen haben, macht deutlich: es wurden unnötigerweise (Blind-)Grafiken zu Layoutzwecken eingesetzt. Die obligate Trennung von Inhalt und Gestaltung wurde nicht umgesetzt. Solche Grafiken stören unmittelbar beim Abruf der Inhalte und verhindern eine übersichtliche Darstellung für Zugriffe mit einem Screenreader oder ausschließlich der Tastatur.

Alle Links stehen nebeneinander. Daran erkennen Sie, dass das Layout mit unnötigen Hilfstabellen umgesetzt wurde, die für aufblähenden und barrierenreichen Code sorgen. Ebenso werden keine Navigationshilfen angeboten.

Ihr Schnelltest

Textausgabe interpretieren

2. Zugängliche Seiten

Ganz anders die Ausgabe der Seite einer Galerie, wie sie auf nebenstehender Abbildung zu sehen ist:

Zunächst ist die gesamte Darstellung offenbar übersichtlicher. Zu Beginn des Dokuments wird eine Sprungmarke angeboten, mit der Sie direkt zum Inhalt dieser Seite gelangen könnten, falls Sie die Navigation bereits kennen oder nicht interessiert.

Text-Alternativen für Grafiken

Das Wort „Logo“ stellt den Alternativtext dar, der für die dazugehörige Grafik angegeben wurde. Sie erhalten in der Ausgabe also keine lästigen Dateiendungen und werden über den Inhalt der Grafik informiert.

Überschriften

Wie Sie sehen, ist der Text „Navigation“ ganz an den linken Rand der Ausgabe gerückt. Daran erkennen Sie, dass dieser Text als Überschrift strukturiert wurde. Überschriften dienen nicht nur der Übersichtlichkeit eines Dokuments. In Screenreadern beispielsweise sind sie direkt anspragbar. Daneben erhöhen Überschriften das Ranking in Suchmaschinen.

[direkt zum Inhalt.](#) Logo

Navigation:

- * [1: Galerie.](#)
- * [2: Aktuell.](#)
- * [3: Programm.](#)
- * [4: Veröffentlichungen.](#)
- * [5: Editionen.](#)
- * [6: Kontakt.](#)
- * [7: Impressum.](#)
- * 8: Startseite

Gebrauchstaugliche Navigation

Die Navigationslinks sind durchnummeriert. Dadurch erhalten auch alle Benutzer bzw. Ausgabegeräte die notwendigen Informationen über die Ebenentiefe und Platzierung eines Links innerhalb der Seite. Die Punkte am Schluss dienen der Trennung der einzelnen Menüpunkte, die einige Ausgabegeräte benötigen. Auch sehen Sie, dass der Menüpunkt „Startseite“ nicht als Link ausgezeichnet wurde. Sie erkennen daran, auf welcher Seite Sie sich gerade befinden.

Ihr Schnelltest

Fazit und Ausblick

Mit diesen ersten vier einfachen Schritten ist es Ihnen bestimmt gelungen, die Qualität des von Ihnen getesteten Angebots grundsätzlich einzuschätzen.

Gewiss gehören noch viele weitere Testverfahren dazu, um zu einem exakten Ergebnis zu kommen. Ein nächster Anknüpfungspunkt besteht in der Frage nach der Interaktivität. Denn durch die erweiterte Kommunikation im Internet ist schließlich seine Unterscheidung gegenüber anderen Medien begründet. Auch die Erfolgchancen der von Ihnen ausgegebenen Ziele sind in den interaktiven Prozessen angesiedelt. Die nächsten Fragen müssen also lauten:

Gibt es ein Kontaktformular?

Gibt es eine Suchfunktion?

Solche formularbasierten Angebote sollten Sie im Zweifelsfall von Fachleuten überprüfen lassen. Wenn Sie bereits über (X)HTML-Kenntnisse verfügen oder Interesse daran haben, finden Sie ein detailliertes Tutorium zum barrierefreien Einsatz von Formularen unter: <http://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/formulare/>

Weiterführende Links

Das Projekt „BIK - barrierefrei informieren und kommunizieren“ hat verschiedene kurze und ausführliche Testverfahren entwickelt, um den Geltungsbereich der BITV zu erweitern:

<http://www.bik-online.info/verfahren/>

Ebenso gibt es Initiativen, die umfangreiche Tests mit verschiedensten Nutzergruppen durchführen:

<http://www.webforall.info>

<http://www.access-for-all.ch>

<http://www.web-barrierefrei.at>

Wenn Sie selbst ausführlichere Tests durchführen wollen, finden Sie weitere Werkzeuge unter:

http://www.wob11.de/links/tipps_testtools.html

Stets aktuelle Informationen und Tipps bieten wir Ihnen auch auf unserer Website <http://www.wertewerk.de> und im speziellen in unserem Weblog:

<http://www.wertewerk.de/werteblog/>

Ausblick

Was erwartet Sie in Teil 3 des Leitfadens?

Ausgabegeräte

Wir stellen Ihnen die verschiedenen technischen Zugangsarten ins Internet vor. Neben den gängigen Voraussetzungen, wie Schreibtisch-PC nebst Monitor, Maus und grafischen Browsern, erfahren Sie auch Grundlegendes über assistive Technologien (bspw. Screenreader), über mobile Ausgabegeräte sowie über weitere Hard- und Software-Komponenten.

Verwandte Formate

Nicht nur Internetseiten, die in HTML ausgegeben werden, bieten die Möglichkeit zur barrierefreien Umsetzung. Auch plug-in-abhängige Formate lassen sich barrierefrei realisieren. Wir stellen Ihnen die bekanntesten und weitest verbreiteten vor.

Impressum

Wertewerk setzt sich in Beratung, Umsetzung und Entwicklung für barrierefreie Kommunikation und Wertemarketing ein.

Ihr Draht zu uns:

Wertewerk GbR

Inh.: St. Blanz, M. Erle, Dr. B. Langner
Hechinger Str. 16 • 72072 Tübingen

Tel.: 07071 / 2 13 82 • Fax: 07071 / 25 25 17

www.wertewerk.de • info@wertewerk.de

Dank gilt: photocase.de

Hinweise

Dieser Leitfaden ist urheber- und lizenzrechtlich geschützt. Er darf ohne schriftliche Genehmigung weder kopiert noch verbreitet werden. Bei Zuwiderhandlung fallen automatisch Lizenzgebühren an.

Wertewerk ist Teil anerkannter Initiativen, wie dem „Aktionsbündnis barrierefreie Informationstechnik“ <http://www.abi-projekt.de> oder „web-barrierefrei.at“ <http://www.web-barrierefrei.at>

