

Der Hürdenlauf zur Web Accessibility

Posted on 10. Februar 2016 by johanna

Teil 4: Nicht nur Bilder wollen gehört werden

Als kleiner Nachtrag zum letzten Posting, beschäftigen wir uns heute noch kurz mit Steuerelementen.

Zur Richtlinie 1.1.1 Nicht-Text-Elemente:

„**Steuerelemente, Eingabe:** Wenn es sich bei dem Nicht-Text-Inhalt um ein Steuerelement handelt oder Eingaben durch den Benutzer akzeptiert, dann hat dieser einen [Namen](#), der seinen Zweck beschreibt. (Beachten Sie [Richtlinie 4.1.2](#) für zusätzliche Anforderungen an Steuerelemente und Inhalte, die Eingaben durch den Benutzer akzeptieren.)“

Zur Erklärung werde ich Ihnen die Steuerelemente auf unseren Seiten aufzählen und ansprechen, welche auch gut erkennbar sind und wo noch Aufholbedarf besteht.

Wir starten mit dem [Shop für ökologische Alltagsprodukte:](#)

1. Auf unserer Shop- Website finden wir auf jeder Seite in der rechten oberen Ecke ein Symbol für den Warenkorb. Für diejenigen die schon das eine oder andere Mal Online-Einkäufe getätigt haben ist klar, dass sie dort die Ware finden, die Sie kaufen möchten.

- Fährt man mit der Maus über das Symbol, so wird einem die Zwischensumme angezeigt und nachgefragt ob man zur Kasse möchte.
- Bei Bedienung mit der Tastatur und arbeiten mit Screenreader, erfährt man, wenn man das Symbol fokussiert¹, nur „Java Script“. [Javascript](#) ist eine Programmiersprache für dynamisches Design auf Websites. Blinde und sehgeschwache KundInnen können diese Steuerelemente weder bedienen, noch finden. Das heißt, dass eine behinderte Käuferin oder ein behinderter Käufer nicht die Möglichkeit hat bzw. hatte über diesen Shop etwas zu bestellen, da er nie zur Kasse gelangte!
Sie fragen sich warum HATTE? Mit einem kleinen Trick konnte ich das Checkoutformular zum Abschluss des Kaufvorgangs auch anders zugänglich machen!

Wir haben diese Erneuerung von unserem Experten Christian Leu testen lassen. Christian lebt in Rostock und arbeitet im Service – Center von IKEA. Da Christian blind ist wird er bei seinen Arbeiten am Computer von [JAWS](#) – einem Textausgabegerät unterstützt. Mehr zu und über Christian folgen demnächst!

¹ Beim Arbeiten mit Tastatur springt man durch Betätigen der Tabulatortaste von einem Element/ Steuersymbol/ Link zum nächsten. Fokussiert bedeutet, dass dieses Element angesprungen wurde und mit Enter aktiviert wird.



Mit der neu eingefügten Funktion konnte er uns eine Bestellung schicken! Juhuuu

- Was wir neu gemacht haben erfahren Sie bei Prinzip 2 – Bedienbarkeit.
- Wissen Sie schon jetzt was wir erneuert haben?

Dann hinterlassen Sie einen Kommentar oder schreiben Sie uns eine E-Mail auf office@generation-oekofair.com die ersten dreirichtigen Antworten erhalten ein Eco Touch -Produkt Ihrer Wahl!

Abbildung 1: Eine neugierige Ziege steckt vorsichtig ihr Maul aus dem Eingang. Sie flüstert Ihnen die Antwort auf die Gewinnspielfrage!

2. Der „Nach oben“ – Button. Ein tolles Hilfswerkzeug um schnell zum Anfang der Seite zurück zu kehren. Dieser ist in unserem Shopsystem sehr gut definiert und verständlich – vielleicht sogar für Besucherinnen und Besucher die mit Screenreadern arbeiten leichter zu verstehen als für unerfahrene Internetuser/innen.

3. Anmelden = Error. Bei Jimdo, sowie bei den meisten Baukastensystemen kann sich nur der Seitenbesitzer anmelden. Diese Anmeldung dient rein der Seitenerstellung. Wenn ein Seitenbesucher versucht sich anzumelden, beispielsweise mit dem Gedanken sich als Kunde registrieren zu müssen und diese noch dazu sehgeschwach oder blind sind, dann können sie das aufgepoppte Anmelde-Fenster ohne Hilfe der Maus nicht mehr schließen!

4. Die Knöpfe (Buttons) für unsere Blogbeiträge „mehr lesen“ und „Kommentar“ sind grundsätzlich gut zu bedienen (auch mit Tastatur und ohne Hilfe der Sehkraft). Für komfortablere Bedienung, sollte beim Button „mehr lesen“ der Titel des Artikels angefügt sein.

Die Eingabefelder für den Kommentar werden auch von assistierenden Techniken verstanden. Zwei Verbesserungsvorschläge sind mir trotzdem eingefallen. Die Anmerkung, dass Felder die mit * markiert sind Pflichtfelder sind, sollte zu Beginn des Formulars stehen und nicht erst nach dem Button absenden – dies vermeidet Fehler ([mehr dazu bei Richtlinie 3.3.](#)). Eingegabene Daten werden nicht auf ihre Richtigkeit überprüft (Eingabe von Ziffern oder Buchstaben)

Weiter geht es mit den Steuerelementen und Eingabefeldern unseres [Blog](#)

1. In der rechten oberen Ecke befindet sich das „Suche“- Feld. Dieses Eingabefeld ist durch eine Lupe und das Wort Suche gekennzeichnet. Auch der Screenreader liest dieses korrekt aus. Trotzdem kann es noch verbessert werden, in dem bei der Erklärung des Feldes hinzugefügt wird, dass nur auf dieser Seite gesucht wird. Ein Best Practice Beispiel hierfür und für das Achten auf barrierefreien Onlinezugang finden Sie auf der Seite von [Starbucks](#)².

² Die KaffeeKette Starbucks ist bei vielen beliebt, steht in der allgemeinen Meinung als besonders umweltbewusstes und soziales Unternehmen gesehen. Offensichtlich setzt das Unternehmen starke Bemühungen und präsentiert diese möglichst zugänglich für alle auf der Firmenwebseite.

2. Auf der Seite „Blog“ werden alle Blogbeiträge untereinander aufgereiht. Rechts neben der Überschrift des jeweiligen Artikels findest man eine Sprechblase. Bei Klick auf diese wird man sofort zum Kommentarformular weitergeleitet.

Leider ist die Sprechblase nicht barrierefrei. Abgesehen vom Kontrast, die nicht aktive Sprechblase erscheint in einem hellen grau auf weißem Hintergrund, liest der Screenreader die [URL](#)³ aus und hängt dahinter ein „respond“ was auf Deutsch übersetzt antworten bedeutet.

3. In der Sidebar befindet sich eine Auswahlbox. Unter der Überschrift Blog- Bibliothek können die Beiträge der letzten Monate ausgewählt werden. Springt der Fokus auf das Auswahlfeld ertönt vom Screenreader ein „Anmeldung – wähle einen Monat“. Mit einer Anmeldung hat das Feld wenig zutun, ansonsten funktioniert es gut!

4. Als ich angefangen habe an der Homepage zu arbeiten habe ich bei jedem gesetzten Link angegeben, dass dieser in einem neuen Fenster öffnen soll. Mittlerweile weiß ich, dass das nur dann barrierefrei ist, wenn das Öffnen eines neuen Fensters auch der Leserin und dem Leser mitgeteilt wird.

Nun habe ich mich wieder in Worten über Worten verloren. Für heute schließen wir also mit Punkt 1.1.1 ab. Schauen sie sich Ihre Homepage an und finden sie heraus, welche Hürden sie im Bereich der Wahrnehmbarkeit finden und was bei Ihnen bereits verantwortungsvoll bearbeitet wurde.

Ich freue mich über Ihre Rückmeldung, was Ihnen aufgefallen ist!

Vergessen Sie nicht auf unser Gewinnspiel!

Kommentieren Sie diesen Beitrag oder schreiben Sie uns eine E-Mail!

Hier ist der Link zur „Rätselseite“: www.generation-oekeofair.at

Was habe ich verändert, damit blinde oder sehschwache Besucherinnen und Besucher einen Kauf abschließen können ohne den Warenkorb verwenden zu müssen?

Für die ersten drei richtigen Antworten gibt es ein [Eco Touch Produkt](#) Ihrer Wahl zu gewinnen.

Viel Spaß! Schon morgen geht es weiter mit **Teil 5: Endspurt bei der Wahrnehmbarkeit**



Abbildung 2: Vier Produkte von Eco Touch - Waterless, Allzweckreiniger, Quick Wachs, Lederpflege

³ Jede Seite einer Homepage erhält eine URL, über die diese erkannt, gefunden und aufgerufen werden kann. Die URL einer Webseite wird in der Eingabezeile im Browserfenster angezeigt.