

Der Hürdenlauf zur Web Accessibility

Posted on 16. Februar 2016 by johanna

Teil6: „Bestandteile der Benutzerschnittstelle und Navigation müssen bedienbar sein.“

Hallo zu unserem Teil 6 auf dem Weg zu einem barrierefreien Webdesign. Konnten Sie die Erfolgskriterien von Prinzip 1 (Teil2 -5) auf Ihrer Website umsetzen oder mit ihrem Webdesigner eine Überarbeitung vereinbaren?

Wenn die Wahrnehmbarkeit Ihrer Site nun nur noch von der Internetverbindung ([WLAN](#) oder [LAN](#)) und der nötigen Hardware (Computer, Tablet, Smartphone...) abhängt, dann starten wir nun mit dem zweiten Prinzip, der Bedienbarkeit.

Wie im vorhergehenden Teil werde ich Ihnen die WCAG 2.0 Richtlinien vorstellen. Die dazugehörigen Erfolgskriterien werden in drei Prioritäten, Level A, AA, AAA unterteilt, jedoch existieren nicht für jedes Kriterium alle drei Level. Nach der Erklärung einer Richtlinie wende ich diese auf unsere beiden Websites – einen mit WordPress erstellten Blog und einen Shop, den wir über ein Baukastensystem eröffnet haben- an und zeige möglich Probleme. Manche davon können wieder eigenständig gelöst werden!

Richtlinie¹ 2.1: Sorgen Sie dafür, dass alle Funktionalitäten von der Tastatur aus verfügbar sind.

Level A: Für die Richtlinien im Bereich Bedienbarkeit Ihrer Webseite für Level A, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.1.1 Tastatur:** Alle [Funktionalitäten](#) des Inhalts sind durch eine [Tastaturschnittstelle](#) bedienbar, ohne dass eine bestimmte Zeiteinteilung für einzelne Tastenanschläge erforderlich ist, außer wenn die zugrundeliegende Funktion Eingaben verlangt, die vom Pfad der Bewegung des Benutzers und nicht nur von den Endpunkten abhängig sind. (Stufe A)
 - *Anmerkung 1:* Diese Ausnahme bezieht sich auf die zugrundeliegende Funktion und nicht auf die Eingabetechnik. Zum Beispiel: Wenn man Handschrift benutzt, um Text einzugeben, dann verlangt die Eingabetechnik (Handschrift) Pfad-abhängige Eingaben, die zugrundeliegende Funktion (Texteingabe) verlangt dies aber nicht.
 - *Anmerkung 2:* Es ist nicht verboten noch sollte es Sie davon abhalten, eine Maus-Eingabe oder andere Eingabemethoden zusätzlich zur Tastaturbedienung zur Verfügung zu stellen.
- **2.1.2 Keine Tastaturfalle:** Wenn der Tastaturfokus durch eine [Tastaturschnittstelle](#) auf einen Bestandteil der Seite bewegt werden kann, dann kann der Fokus von diesem

¹ Richtlinien mit Erfolgskriterien von <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/#consistent-behavior-receive-focus>

Bestandteil weg bewegt werden, indem man nur die Tastaturschnittstelle benutzt; wenn man dazu mehr als nicht modifizierte Pfeil- oder Tabulatortasten oder andere übliche Ausstiegsmethoden benutzen muss, dann wird der Benutzer über die anzuwendende Methode für das Bewegen des Fokus informiert. (Stufe A)

- *Anmerkung:* Jeglicher Inhalt, der dieses Erfolgskriterium nicht erfüllt, kann die Möglichkeit eines Benutzers beeinträchtigen, die ganze Seite zu nutzen. Daher muss jeglicher Inhalt auf einer Webseite (egal ob er dazu benutzt wird, andere Erfolgskriterien zu erfüllen oder nicht) dieses Erfolgskriterium erfüllen. Siehe [Konformitätsbedingung 5: Nicht-Störend](#).

Level AAA: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level AAA, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.1.3 Tastatur (keine Ausnahme):** Alle [Funktionalitäten](#) des Inhalts sind durch eine [Tastaturschnittstelle](#) bedienbar, ohne dass eine bestimmte Zeiteinteilung für einzelne Tastenanschläge erforderlich ist. (Stufe AAA)

Überprüfung der Richtlinie 2.1 an Hand unseres Blogs www.generation-oekofair.com:

- Da auf unserem Blog keine Eingabe durch eine Tastaturanschlagszahl pro Zeiteinheit begrenzt ist, sind Kriterien 2.1.1 und 2.1.3 erfüllt.
- Kriterium 2.1.2. ist ebenfalls erfüllt, da jedes fokussierte Element über übliche Tasten (Tabulator, Pfeiltasten, Löschen...) wieder verlassen werden kann.

Überprüfung der Richtlinie 2.1 an Hand unseres Shops www.generation-oekofair.at :

- Wie bei unserem Blog, befinden sich auch auf der Shop-Website keine zeitabhängigen Eingabefelder, womit Kriterium 2.1.1. und 2.1.3. erfüllt sind.
- Bei Kriterium 2.1.2 haben wir noch etwas auszubessern. Bei Baukastensystemen ist es meist so, dass sich nur ein Administrator der Seite anmelden kann, jedoch keine Besucher. Bei unserem Shop ist das ebenso. Grundsätzlich wäre das auch ok, jedoch ist der Link zur Anmeldung für jeden User und jede Userin sichtbar und anklickbar. Bei Klick auf den Link öffnet sich ein Dialogfeld in dem das Passwort abgefragt wird. Arbeitet Ihre Besucherin oder Ihr Besucher nun rein mit der Tastatur, so kann sie oder er dieses Dialogfenster nicht mehr schließen. Selbst wenn man das Fenster mit dem Tabulator bis zur letzten Frage, ob das Passwort vergessen wurde, durchklickt, gelangt man nicht zum Button x-Schließen, sondern zurück an den Anfang der Seite, in die Titelleiste. Nun wird die Seite erneut durchgeklickt. Wenn man die ganze Site oder eine Seite neu lädt (anklickt mit Fokus auf das gewünschte Element), öffnet sich die Seite neu und das Dialogfenster verschwindet.
Durch einen Hinweis in der Fußzeile versuchen wir unsere Besucherinnen und Besucher darauf aufmerksam zu machen. Optisch schöner würde die Seite ausschauen, wenn dieser Hinweistext im Quellcode integriert wäre und über assistive Technologien den Userinnen und Usern ausgegeben wird, für die dieser wichtig ist.



Abbildung 1: Screenshot der Fußzeile vom Shop der Generation Ökofair. Ein gelber Pfeil verweist auf den im Text erwähnten Hinweis.

- Möglich, jedoch nicht bedienerfreundlich ist der Zugang zu den Untermenüs. Diese werden beim Arbeiten nur mit Tastatur nicht im Menübereich geöffnet. Erst über den Link Sitemap in der Fußzeile öffnet sich eine Seite auf der das gesamte Inhaltsverzeichnis angegeben wird. Um die Sitemap mit dem Inhaltsverzeichnis leichter zugänglich zu machen, habe ich einen Link zur Sitemap am Anfang der Startseite eingefügt. Mit ausreichend Programmierkünsten wäre dies schöner, stünde der Link nur im Quellcode oder erschiene, wenn mit Tastatur gearbeitet wird, vorerst ist dies mein Lösungsweg.

Richtlinie 2.2.: Geben Sie den Benutzern ausreichend Zeit, Inhalte zu lesen und zu benutzen

Level A: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level A, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.2.1 Zeiteinteilung anpassbar:** Für jede zeitliche Begrenzung, die vom Inhalt festgelegt wird, gilt mindestens eines der Folgenden: (Stufe A)
 - **Abschalten:** Der Benutzer kann die zeitliche Begrenzung abschalten, bevor er darauf trifft oder
 - **Anpassen:** Der Benutzer darf die zeitliche Begrenzung anpassen, bevor er darauf trifft, und zwar so weitreichend, dass es sich um die mindestens zehnfache Zeit der Standardeinstellung handelt oder
 - **Ausweiten:** Der Benutzer wird gewarnt, bevor die Zeit abläuft und bekommt mindestens 20 Sekunden Zeit, um die zeitliche Begrenzung mit einer einfachen Handlung auszuweiten (zum Beispiel: „Drücken Sie die Leertaste“) und der Benutzer darf die zeitliche Begrenzung mindestens 10 Mal ausweiten oder
 - **Echtzeit-Ausnahme:** Die zeitliche Begrenzung ist ein erforderlicher Bestandteil eines Echtzeit-Ereignisses (zum Beispiel einer Auktion) und es gibt keine Alternative zur zeitlichen Begrenzung oder
 - **Unentbehrliche Ausnahme:** Die zeitliche Begrenzung ist unentbehrlich und eine Ausweitung dieser würde die Handlung ungültig machen oder
 - **20 Stunden-Ausnahme:** Die zeitliche Begrenzung beträgt mehr als 20 Stunden.

Anmerkung: Dieses Erfolgskriterium hilft dabei sicherzustellen, dass Benutzer Aufgaben beenden können ohne unerwartete Änderungen am Inhalt oder Gesamtzusammenhang, die das Ergebnis einer zeitlichen Begrenzung sind. Dieses Erfolgskriterium sollte zusammen mit [Erfolgskriterium 3.2.1](#) betrachtet

werden, welches Änderungen am Inhalt oder am Gesamtzusammenhang als Ergebnis von Benutzerhandlungen begrenzt.

- **2.2.2 Pausieren, beenden, ausblenden:** Für sich bewegende, [blinkende](#), scrollende oder sich automatisch aktualisierende Informationen gelten alle folgenden Punkte: (Stufe A)
 - **Sich bewegend, blinkend, scrollend:** Für alle sich bewegenden, blinkenden oder scrollenden Informationen, die (1) automatisch beginnen, (2) länger als 5 Sekunden dauern und (3) parallel zu anderen Inhalten dargestellt werden, gibt es einen Mechanismus für den Benutzer, um diese [zu pausieren](#), zu beenden oder auszublenden außer die Bewegung, das Blinken oder das Scrollen ist Teil einer Handlung, bei der es [unentbehrlich](#) ist und
 - **Automatische Aktualisierung:** Für alle sich automatisch aktualisierenden Informationen, die (1) automatisch beginnen und (2) parallel mit anderen Inhalten dargestellt werden, gibt es einen Mechanismus, damit der Benutzer die Aktualisierung pausieren, beenden oder ausblenden oder die Häufigkeit der Aktualisierung kontrollieren kann, außer die automatische Aktualisierung ist Teil einer Handlung, bei der sie unentbehrlich ist.

Anmerkung 1: Für Anforderungen in Bezug auf flackernden oder blitzenden Inhalt beachten Sie [Richtlinie 2.3](#).

Anmerkung 2: Jeglicher Inhalt, der dieses Erfolgskriterium nicht erfüllt, kann die Möglichkeit eines Benutzers beeinträchtigen, die ganze Seite zu nutzen. Daher muss jeglicher Inhalt auf einer Webseite (egal ob er dazu benutzt wird, andere Erfolgskriterien zu erfüllen oder nicht) dieses Erfolgskriterium erfüllen. Siehe [Konformitätsbedingung 5: Nicht-Störend](#).

Anmerkung 3: Inhalt, der regelmäßig durch Software aktualisiert oder zum Benutzeragenten gestreamt wird, muss Informationen, die zwischen dem Beginn der Pause und der Wiederaufnahme der Präsentation generiert oder erhalten werden, nicht aufrechterhalten oder anzeigen, da dies möglicherweise technisch nicht möglich ist und es in vielen Situationen irreführend sein könnte, dies zu tun.

Anmerkung 4: Eine Animation, die als Teil einer Vorlade-Phase oder einer ähnlichen Situation entsteht, kann als unentbehrlich angesehen werden, wenn für alle Benutzer während dieser Phase keine Interaktion stattfinden kann und wenn es Benutzer verwirren könnte oder dazu führen könnte, dass sie denken, dass der Inhalt eingefroren oder defekt ist, wenn der Fortschritt nicht angezeigt wird.

Level AAA: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level AAA, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.2.3 Keine Zeiteinteilung:** Die Zeiteinteilung ist kein [unentbehrlicher](#) Teil eines vom Inhalt dargestellten Ereignisses oder einer Handlung außer bei nicht-interaktiven [synchronisierten Medien](#) und [Echtzeit-Ereignissen](#). (Stufe AAA)
- **2.2.4 Unterbrechungen:** Unterbrechungen können vom Benutzer aufgeschoben oder unterdrückt werden mit Ausnahme von Unterbrechungen, bei denen es sich um einen [Notfall](#) handelt. (Stufe AAA)
- **2.2.5 Erneute Authentifizierung:** Wenn eine authentifizierte Sitzung abläuft, kann der Benutzer die Handlung nach der erneuten Authentifizierung ohne Datenverlust fortführen. (Stufe AAA)

Überprüfung unseres Blogs und unseres Shops:

- Bei Kriterium 2.1. wurde bereits erwähnt, dass keine Zeitlimits für Eingaben durch die/den Benutzer/in der Seite bestehen. Da wir bisher nur Bezahlung mit Vorkasse akzeptieren, fallen hier ebenfalls Zeitlimits aus Sicherheitsgründen weg.
- 2.2.5: Authentifizierung beim Shop nur für die Administratorin oder den Administrator. Bei Seitenbesucher/innen werden Einstellungen über Cookies gespeichert, was beispielsweise in den Warenkorb gelegt wurde, ist beim nächsten Öffnen noch da. Beim Blog gibt es eine Authentifizierung bei der Anmeldung. Zeitliche Begrenzungen gibt es hier nicht, werden Datenänderungen nicht gespeichert und man verlässt die Seite, so werden diese nicht gespeichert.

Richtlinie 2.3: Gestalten Sie Inhalte nicht auf Arten, von denen bekannt ist, dass sie zu Anfällen führen.

Level A: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level A, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.3.1 Grenzwert von dreimaligem Blitzen oder weniger:** [Webseiten](#) enthalten nichts, was öfter als dreimal in einem beliebigen, eine Sekunde dauernden Zeitraum blitzt, oder der [Blitz](#) ist unterhalb der [allgemeinen Grenzwerte zu Blitzen und roten Blitzen](#). (Stufe A)
Anmerkung: Jeglicher Inhalt, der dieses Erfolgskriterium nicht erfüllt, kann die Möglichkeit eines Benutzers beeinträchtigen, die ganze Seite zu nutzen. Daher muss jeglicher Inhalt auf einer Webseite (egal ob er dazu benutzt wird, andere Erfolgskriterien zu erfüllen oder nicht) dieses Erfolgskriterium erfüllen. Siehe [Konformitätsbedingung 5: Nicht-Störend](#).

Level AAA: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level AAA, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.3.2 Drei Blitze:** [Webseiten](#) enthalten nichts, das öfter als dreimal in einem beliebigen, eine Sekunde dauernden Zeitraum [blitzt](#). (Stufe AAA)

Überprüfung unserer Websites:

- Richtlinie 2.3 ist für beide Seiten der Generation Ökofair erfüllt. Wenn sie auf Ihrer Homepage Werbeschaltungen erlauben, würde ich diese ebenfalls genau unter die Lupe nehmen.

Richtlinie 2.4: Stellen Sie Mittel zur Verfügung, um Benutzer dabei zu unterstützen zu navigieren, Inhalte zu finden und zu bestimmen, wo sie sich befinden.

Level A: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level A, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.4.1 Blöcke umgehen:** Es gibt einen [Mechanismus](#), um Inhaltsblöcke zu umgehen, die auf verschiedenen [Webseiten](#) wiederholt werden. (Stufe A)
- **2.4.2 Seite mit Titel versehen:** [Webseiten](#) haben einen Titel, der Thema oder Zweck beschreibt. (Stufe A)
- **2.4.3 Fokus-Reihenfolge:** Wenn eine [Webseite](#) der [Reihe nach navigiert](#) werden kann und die Reihenfolge der Navigation die Bedeutung oder Bedienung beeinflusst, erhalten fokussierbare Komponenten den Fokus in einer Reihenfolge, der Bedeutung und Bedienbarkeit aufrechterhält. (Stufe A)
- **2.4.4 Linkzweck (im Kontext):** Der [Zweck jedes Links](#) kann durch den Linktext allein oder durch den Linktext zusammen mit seinem [durch Software bestimmten Link-Kontext](#) bestimmt werden außer in Fällen, in denen der Zweck des Links [mehrdeutig für Benutzer im Allgemeinen](#) wäre. (Stufe A)

Überprüfung unseres Blogs:

- Kriterium 2.4.1 ist erfüllt. Klicken Sie unsere Seite www.generation-oekofair.com mit der Tastatur durch, so werden Sie nach dem Aufrufen der „Suche-Funktion“ in der rechten oberen Ecke, zu einem Link weitergeleitet, der Sie direkt zum Inhalt führt, so dass Sie nicht den gesamten Kopfbereich durchklicken müssen. Wenn Sie sich auf der Seite „Blog“ befinden, dann werden Sie nach dem Link „zum Inhalt“ noch danach gefragt, ob Sie sofort „zum sekundären Inhalt wechseln“ möchten. Bei Klick auf den Link landen Sie unverzüglich bei den Blogartikeln und sparen sich Navigation und Seitenmenü.

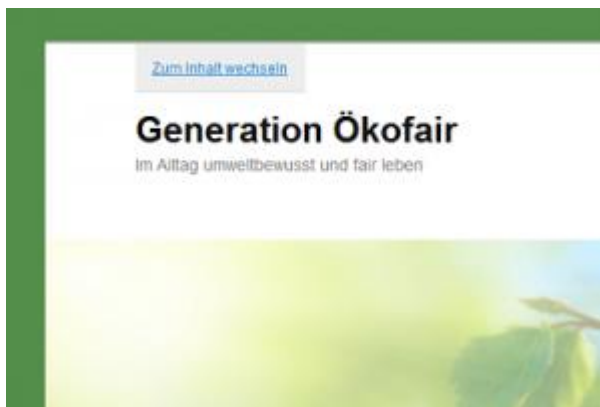


Abbildung 2: Screenshot Startseite Blog der Generation Ökofair - der Link "Zum Inhalt wechseln"

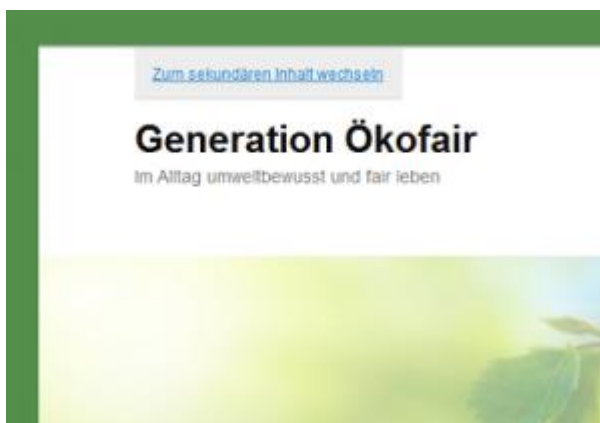


Abbildung 3: Screenshot Startseite Blog Generation Ökofair - Link "zum sekundären Inhalt wechseln" wird angezeigt

- 2.4.2: Alle Seiten des Blogs besitzen einen Titel, der das Thema beschreibt. Zusätzlich gibt es die Möglichkeit die Form der [URL](#) einstellen zu können. So präsentieren sich nun alle Webadressen der Blog-Seiten mit den Namen der Seite bzw. Unterseite, wodurch Webseiten auch anhand der ausgelesenen URL erkannt und verstanden werden können.
- 2.4.3: Die Reihenfolge der Leserichtung ist vom System voreingestellt gewesen. Auf den Kopfteil folgt die Haupt-, danach die Seitennavigation. Anschließend folgt der Inhalt und zum Abschluss folgt der Fußteil.
- 2.4.4: WordPress ermöglicht die Vergabe von Linktexten. Diesen Punkt müssen wir auch noch überarbeiten und kontrollieren, ob überall der korrekte Linktext angegeben wurde. Die Möglichkeit Linktexte zu vergeben und dass diese bei Überstreichen mit der Maus angezeigt wird ist eine neuerliche Aktualisierung von WordPress.



Abbildung 4: Screenshot Generation Ökofair FAIRkaufen - der Linktext wird angezeigt.

Überprüfung des Shops:

- 2.4.1: Die Möglichkeit Blöcke zu Umgehen fehlt vollständig. Leider gibt es keine Möglichkeit direkt zum Inhalt, zur Navigation oder auch zum Warenkorb zu kommen. Letzteres ist für den Verkauf von Produkten nicht förderlich, da viele Onlinekundinnen und Kunden bei aufwendigen Einkaufsvorgängen diese lieber abbrechen, als sich durchzukämpfen.
- 2.4.2: Alle Webseiten besitzen einen Titel, der das Thema der Seite beschreibt.
- 2.4.3: Reihenfolge der Fokussierung beeinflusst das Verständnis eines Textes nur bedingt. Da es kein Seitenmenü gibt, folgt auf die Hauptnavigation der Inhaltsbereich. Der Inhaltsbereich wird immer von oben nach unten und von links nach rechts gelesen. Längere Texte wurden durch Textfelder unterteilt, so kann auch im Text leichter navigiert werden.
- 2.4.4: Linktexte können nicht vergeben werden. Als Linktext wird entweder der Seitenname genommen (interne Verlinkung) oder bei einer externen Verlinkung die URL des gesetzten Links. Bei externen Verlinkungen öffnen sich neue Fenster. Dies wird jedoch der Userin oder dem User nicht angezeigt.

Level AA: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level AA, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.4.5 Verschiedene Methoden:** Es gibt mehr als eine Methode, um eine [Webseite](#) innerhalb eines [Satzes von Webseiten](#) zu finden, außer die Webseite ist das Ergebnis oder ein Schritt innerhalb eines [Prozesses](#). (Stufe AA)
- **2.4.6 Überschriften und Beschriftungen (Labels):** Überschriften und [Labels](#) beschreiben ein Thema oder einen Zweck. (Stufe AA)

- **2.4.7 Fokus sichtbar:** Jede durch Tastatur bedienbare Benutzerschnittstelle hat einen Bedienmodus, bei dem der Tastaturfokus sichtbar ist. (Stufe AA)

Überprüfung des Blogs:

- 2.4.5: Webseiten können über die Hauptnavigation, die Suchfunktion und das Seitenmenü erreichbar.
- 2.4.6: Die Überschriften wurden bei älteren Texten nicht oder kaum mit den vorhandenen Formatvorlagen eingefügt, dies muss zur besseren Navigation innerhalb der Seite noch ausgebessert werden. Die Beschriftung der Kommentarformulare ist korrekt, bei der Suchfunktion wäre es wünschenswert „in dieser Website suchen“ als Beschriftung zu finden.
- 2.4.7: Welches Element gerade fokussiert ist, ist leider nicht immer gut ersichtlich, da der Fokus nur über eine dünn strichlierte Linie angezeigt wird.



Abbildung 5: Screenshot Generation Ökofair - auf der angezeigten Seite fehlen alle Überschriften. Die Gliederung wurde über Bilder und fett gedruckte Schrift erstellt.



Abbildung 6: Screenshot Generation Ökofair hinter dem Vorhang - hier sieht man, wo Überschriften ihre Ebene im Backend korrekt zu gewiesen werden kann.

Überprüfung des Shops:

- 2.4.5: Die einzelnen Seiten der Website können über die Sitebar und teilweise über das Hauptmenü gefunden werden. In Kürze werden wir eine Suchfunktion implementieren, so können Webseiten zumindest auf zwei Arten gefunden werden. Bei der Implementierung haben wir einen hilfreichen Tipp von Jimdo bekommen!
- 2.4.6: Die Labels sind bei Formularen (Kommentar, Kontakt) korrekt vergeben. Überschriften wurden mit der Vorlage (H1-H3) eingefügt. Einzig das Checkoutformular, das für den Abschluss eines Kaufes notwendig ist, hat leider einen

Fehler. In der dritten Zeile werden aus fünf Spalten plötzlich zwei. Der Screenreader liest jedoch trotzdem noch die Überschrift der zuvor existierenden Spalte aus. Leider kann ich an dieser Tabelle keine Änderungen vornehmen. Habe mein Anliegen jedoch umgehend an Jimdo weitergeleitet.

- 2.4.7: Ein fokussierter Link, sowie ein fokussierter Button sind gut erkennbar, da sich die Schriftfarbe ändert (Vorsicht bei Farbwahl auf Kontrastverhältnis achten!). Liegt der Fokus bei einem Bild, ist dies leider nur schwer zu erkennen.



Abbildung 7: Screenshot Checkoutformular vom Shop der Generation Ökofair - durch das Verbinden von Spalten innerhalb einer Tabelle kann diese vom Screenreader nicht korrekt ausgelesen werden.

Level AAA: Für die Übereinstimmung Ihrer Webseite mit den WCAG Richtlinien Level AAA, muss Ihre Website folgende Erfolgskriterien erfüllen:

- **2.4.8 Position:** Es gibt Informationen zu der Position des Benutzers innerhalb eines [Satzes von Webseiten](#). (Stufe AAA)
- **2.4.9 Linkzweck (reiner Link):** Es gibt einen [Mechanismus](#), um den Zweck jedes Links durch den Linktext allein zu erkennen, außer der Linkzweck wäre [mehrdeutig für Benutzer im Allgemeinen](#). (Stufe AAA)
- **2.4.10 Abschnittsüberschriften:** [Abschnittsüberschriften](#) werden genutzt, um den Inhalt zu gliedern. (Stufe AAA)

Anmerkung 1: „Überschrift“ wird in seiner allgemeinen Bedeutung benutzt und beinhaltet Titel und andere Methoden, um verschiedenen Arten von Inhalt eine Überschrift hinzuzufügen.

Anmerkung 2: Dieses Erfolgskriterium behandelt Abschnitte innerhalb von Geschriebenem, nicht [Bestandteile der Benutzerschnittstelle](#). Bestandteile der Benutzerschnittstelle werden unter [Erfolgskriterium 4.1.2](#) behandelt.

Überprüfung des Blogs:

- 2.4.8: die Position kann durch den URL mit Seitennamen sofort festgestellt werden. Benutzerfreundlicher wäre ein „Nach oben- Button“ um mit weniger Scrollen ans Ziel zu kommen.
- 2.4.9: Wie bereits weiter oben erklärt, unterstützt WordPress die Vergabe von Linktexten.
- 2.4.10: Am Einsatz der Überschriften muss noch geübt werden

Überprüfung des Shops:

- 2.4.8: Die Position auf welcher Seite sich die Besucherin, der Besucher befindet steht bei Unterseiten am Beginn des Inhaltsbereiches. Bei den Hauptseiten sind die Überschriften so gewählt, dass sofort klar ist auf welcher Seite man sich befindet.

- 2.4.9: Wie weiter oben genauer erläutert, können keine Linktexte händisch vergeben werden. Des Weiteren wird der Userin und dem User nicht mitgeteilt, dass sich bei Klick auf externe Links ein neues Fenster öffnet.
- 2.4.10: Durch die einfache Auswahl von Textelementen wurden hier die Überschriften genutzt um längere Texte besser zu gliedern, um diese besser verständlich und leichter lesbar zu gestalten.

Soooo, so weit so gut mit der Bedienbarkeit. Wie geht es Ihnen mit dem Gestalten Ihrer barrierefreien Website?

Haben Sie die bisherigen Richtlinien verstanden? Konnten Sie einige der Tipps gebrauchen?

Haben Sie Fragen?

Schreiben Sie mir über Ihre Erfahrungen!

Ich freue mich auf Ihre Nachricht!