

Der Hürdenlauf zur Web Accessibility

Posted on 26. Februar 2016 by johanna

Teil 9: Konformität – alles stimmt überein

Konformität:

Konformität (conformance)

[„Die Erfüllung aller Anforderungen eines bestehenden Standards, einer bestehenden Richtlinie oder Spezifikation.“](#)

In den vergangenen Tagen oder Wochen habe Sie sich (hoffentlich) viel mit der Barrierefreiheit Ihrer Seite beschäftigt. Sie haben gelernt, welche Grundsätze für die Zugänglichkeit ihrer Website beachtet werden müssen, was überhaupt Barrieren sind und wie diese sich darstellen.

Sie haben versucht, selbst Lösungen für die entlarvten Hindernisse auf Ihrer Webseite zu finden oder haben sich mit dem IT-Fachmann, der IT-Fachfrau Ihres Vertrauens zusammengesetzt und gemeinsam an der Barrierefreiheit Ihrer Website gearbeitet.

Sind Sie mit dem Ergebnis zufrieden? Geht Ihnen etwas ab?

Ich bin Ihnen noch eine Lösung schuldig!! Diese kommt zum Schluss 😊

Konformitätsbedingungen

Damit eine Webseite WCAG 2.0-konform ist, müssen alle folgenden Konformitätsbedingungen erfüllt sein:

1. **Konformitätsstufe:** Wünschenswertes Ziel ist es, dass Websites mit den Richtlinien des Level AA übereinstimmen. Auch wenn Sie erst die Richtlinien und Erfolgskriterien der Stufe A erreicht haben, sollten Sie dies kundtun. Ebenso jeden weiteren Fortschritt auf dem Weg zur Übereinstimmung mit der nächst höheren Konformitätsstufe.
2. **Ganze Seiten:** eine Webseite gilt nur dann als konform, wenn alle Elemente der Seite den angegebenen Erfolgskriterien entspricht.
3. **Vollständiger Prozess:** bei einem Prozess beispielsweise einem Einkauf in einem Onlineshop, müssen alle Prozessschritte, von der Auswahl des Produkts bis zum Abschluss es Kaufes, allen Anforderungen der angegebenen Konformitätsstufe entsprechen.
4. **Ausschließliche Benutzung von Techniken auf eine die Barrierefreiheit unterstützende Art:** um Konformität einer Seite zu erreichen, müssen alle auf der Website verwendeten Techniken barrierefrei sein oder die Barrierefreiheit unterstützen.
5. **Nicht störend:** auf der Website integrierte Techniken, dürfen keine Usergruppe beim Besuch einer Website stören.

Eine Konformitätserklärung muss nicht abgegeben werden. Wird jedoch eine Konformität mit einem Level der WCAG 2.0 Richtlinien angegeben, dann muss diese bestimmte Daten enthalten. Welche finden Sie unter folgendem Link:

<https://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/#conformance>

Einfache Tests zum Überprüfen:

- CSS ausschalten und Struktur begutachten – gibt sie Sinn?
 - Überschriften, Listen, Tabellen, ...
 - Lade dir hierfür einen „Webdeveloper“ herunter!
Wenn Sie mit Firefox arbeiten: [Web Developer :: Add-ons für Firefox – Mozilla Add-ons](#)
Arbeiten Sie mit Internet Explorer: [Internet Explorer Developer Toolbar](#)

Ich habe bisher nur mit Firefox gearbeitet und kann Ihnen daher zu den weiteren Developer Tools nicht viel sagen. Das World Wide Web ist grundsätzlich stets zu Ihren Diensten und teilt sein Wissen gerne mit Ihnen!

- Haben alle Grafiken, die Informationen transportieren, einen Alt-Text – eine Alternative, die die Informationen des Bildes anders als über den Sehsinn zugänglich macht?



Abbildung 1: Screenshot mit angezeigten Alt-Texten der überarbeiteten Startseite von [generation-oekofair.at](#) für die barrierefreie Bereitstellung der Informationen.

- Ist alles auch nur mit der Tastatur bedienbar?
 - Mit Tab-Taste, Cursor-Tasten und Enter durch die Seite navigieren
 - Muss auch bei dynamischen Inhalten, Multimedia, etc. funktionieren
 - Ist der Fokus hierbei immer gut sichtbar?
- Gibt es Automatismen?
 - Wechselt Inhalt automatisch? Wird automatisch selektiert? Wird automatisch etwas abgespielt? Dies kann zum Beispiel Werbeeinschaltungen betreffen.
- Gibt es enge Zeitlimits zum Beispiel bei der Eingabe von Daten oder beim Ausfüllen von Formularen, die nach Ablauf einer bestimmten Zeit sich von selbst schließen? Solche Zeitlimits werden häufig bei der Eingabe von Bankdaten verwendet. In solchen Fällen dienen die Zeitlimits der Sicherung sensibler Daten.

- Passen alle Farbkontraste?
 - Richtlinie 1.4: Machen Sie es für den Benutzer leichter, Inhalte zu sehen und zu hören, einschließlich der Trennung zwischen Vordergrund und Hintergrund.
 - Für die Trennung von Vorder- und Hintergrund ist der Kontrast entscheidend. Sind die Farben auf der Webseite so gewählt, dass sie dem Corporate Design¹ des Unternehmens entsprechen, dann muss eine Funktion vorhanden sein, die User/innen die Möglichkeit gibt, den Kontrast an Ihre Bedürfnisse anzupassen (Level AAA). Ansonsten wird ein Kontrastverhältnis von Vorder- zu Hintergrund von 4,5:1 (Level AA) bei allen Texten angestrebt. Bei großer Schrift reicht ein Verhältnis von 3:1.
 - Für Nebensächliches² und Wortbildmarken (Logotext, Markennamen) gibt es keine Kontrastanforderungen. Level AAA fordert ein Kontrastverhältnis von 7:1 für Texte bzw. 4,5:1 für Texte in großer Schrift.
 - Um das Kontrastverhältnis überprüfen zu können, kann entweder der [„Contrast Checker“](#) von W3C installiert werden, oder man nutzt den [„Color Contrast Checker“](#) auf der Website von [Web Aim](#). Hier können Farben für Vorder- und Hintergrund eingegeben werden und heller oder dunklere gewählt werden, bis der Kontrast das gewünschte Verhältnis erreicht hat.

In den Beiträgen 1-9 haben Sie und ich, einmal die vollständige Überprüfung Ihrer Website auf Barrierefreiheit durchgemacht. Auch, wenn es sich kompliziert anhört, einfach versuchen oder mit ExpertInnen besprechen.

„Keine Angst vor Fehlern. Der größte Fehler ist, es nicht zu versuchen. Jede Herausforderung wird kleiner, wenn man auf sie zugeht ...“

Wie in den vorigen Beiträgen – Nützen Sie die Chance und fragen Sie uns zu den Beiträgen. Bringen Sie sich auch gerne mit Ihrem Praxiswissen ein. Wir freuen uns über einen regen Austausch!

Wenn Ihnen das Thema Barrierefreiheit im Internet nun ans Herz gewachsen ist oder Sie die Vorteile von hürdenlosem Onlinezugang nicht nur beim Shoppen, sondern auch beim Lernen nutzen wollen, dann besuchen Sie die Seite der „Pink University“ welche ein Projekt für barrierefreies E-Learning gestartet hat!<http://www.pinkuniversity.de/video-learning-blog/videobasierte-weiterbildung-fuer-alle-pink-university-ist-partner-fuer-barrierefreies-videolearning/>

Des Rätsels Lösung aus Teil 4:

¹ Corporate Design: das Erscheinungsbild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit.

² WCAG 2.0, 1.4.3: „Für Text oder Bilder eines Textes, die Teil eines inaktiven Bestandteils der Benutzerschnittstelle, rein dekorativ, für niemanden sichtbar oder Teil eines Bildes sind, welches signifikanten anderen visuellen Inhalt enthält, gibt es keine Kontrastanforderung.“



In unserem [Shop für ökofaire Alltagsprodukte](#) war das Checkoutformular, also den Weg vom „in den Warenkorb“ legen, über die Adresseingabe bis zum Kaufabschluss, für Kundinnen und Kunden die nur über die Tastatur arbeiten nicht zugänglich. Ich habe nun hinter jedem Shop-Produkt einen neuen Button eingefügt „Zur Kassa“ und diesen mit dem Checkoutformular verlinkt! Eine simple, jedoch sehr effektive Lösung!!

Abbildung 2: Eine neugierige Ziege steckt vorsichtig ihr Maul aus dem Eingang. Sie flüstert Ihnen die Antwort auf die Gewinnspielfrage!