



# Barrierefreiheit im Web – Den Kunden im Blick

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Träger des BIEG Hessen



Frankfurt am Main  
Fulda  
Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern  
Offenbach am Main



## Barrierefreiheit im Web

Wenn Sie die Konversionsrate in drei Monaten verdoppeln und den Traffic um 50 % erhöhen könnten, was wäre Ihnen das wert? Damit beginnt eine Präsentation zur Barrierefreiheit von Unternehmenswebsites des World Wide Web Consortiums (W3C), dem wichtigsten Entwickler von Webstandards. Denn barrierefreie Internetauftritte bieten nicht nur behinderten Besuchern einen Vorteil. Viele Kriterien der Barrierefreiheit sind Ihnen sicherlich aus Tipps von Suchmaschinenoptimierern bekannt:

- Aussagekräftige und sinnvolle Seitentitel,
- Alternativtexte für Grafiken und
- gut strukturierte Dokumente

fördern die Sichtbarkeit in Suchmaschinen und erhöhen gleichzeitig die Zugänglichkeit und Nutzbarkeit für Menschen mit Behinderungen.

### Zielgruppe – nicht nur Behinderte

Von barrierefreien Webangeboten profitiert auch die wachsende Gruppe der älteren Nutzer. Laut *(N)Onliner-Atlas 2011* sind 71,8% der 50- bis 59-Jährigen und 54% der 60- bis 69-Jährigen online. Auch die renommierte ARD/ZDF-Onlinestudie 2011 bestätigt die starken Zuwächse der Über-60-Jährigen: 34,5% sind insgesamt online; die Steigerungsrate gegenüber dem Vorjahr liegt bei beachtlichen 23%. Die Bitkom bezifferte Anfang 2011 den Anteil der Online-Shopper unter den 50- bis 64-jährigen Onlinern auf über 60% und bei den über 65-jährigen auf immerhin noch 25%. Tendenz steigend.

Unabhängig von den Zielgruppen der Menschen mit Behinderung und der älteren Nutzer sorgt beispielsweise eine klare Nutzerführung für eine bessere Orientierung und für weniger Abbrüche beim Online Shopping. Eine verlustfreie Anpassbarkeit an verschiedene Bildschirmauflösungen unterstützt Vergrößerungssysteme bzw. Vergrößerungsbedarf und ermöglicht zudem eine problemlose Darstellung auf Smartphones und anderen (mobilen) Endgeräten. Barrierefreiheit ist also brandaktuell.

### Wie geht Barrierefreiheit?

Ein guter Maßstab sind die Web Content Accessibility Guidelines 2.0 (WCAG 2.0) mit konkreten Erfolgskriterien und Techniken. Als internationale *Zugänglichkeitsrichtlinien für barrierefreie Webinhalte* sind sie sowohl für lokal bzw. national operierende als auch international aufgestellte Unternehmen ein valider Maßstab. Zahlreiche Länder setzen in ihren Gesetzgebungen vollständig auf die WCAG 2.0 – beispielhaft seien Österreich und die Schweiz genannt. Natürlich können Sie Barrierefreiheit auch nach der deutschen Barrierefreien Informationstechnik Verordnung (BITV) umsetzen. Deren für den Sommer 2011 geplante Neufassung wird sich ebenfalls an den WCAG 2.0 orientieren.

Einige Aspekte der Barrierefreiheit können Sie auch mit geringen Webkenntnissen prüfen und so eine erste Einschätzung vornehmen.



## Schriften und Kontraste

Können Sie alle Texte, inkl. Texten in Eingabefeldern von Formularen (z.B. Bestell- und Kontaktformular) verlustfrei vergrößern oder werden Seitenbereiche abgeschnitten und Schriften überlagern sich? Machen Sie den Test! Rufen Sie Ihr Webangebot z.B. mit dem Internet Explorer (IE) auf und stellen Sie unter *Ansicht -> Text -> sehr groß* eine größere Schrift ein. Wenn es keine Probleme gibt, dann haben Sie gute Voraussetzungen für die Besucher Ihrer Firmenpräsenz und Kunden Ihres Online Shops geschaffen, die es etwas größer brauchen oder möchten.

Ein ausreichendes Kontrastverhältnis macht Texte leserlich für Menschen mit Seheinschränkungen aller Altersstufen. Mancher Laptop- und Netbooknutzer wird es Ihnen ebenso danken, wie auch die Benutzer von Smartphones. Das Tool *Contrast Analyser* bietet Ihnen eine einfache Testmöglichkeit. Prüfen Sie vor allem Fließtexte und Links in Inhalts- und Navigationsbereichen; Logos und Wortbildmarken sind nicht betroffen.

## Mit Maus und Tastatur

Rufen Sie Ihre Firmenpräsenz oder Ihren Online-shop in IE und Firefox auf, legen Sie die Maus zur Seite und tabben Sie sich mit der Tabulatortaste durch Ihr Webangebot. Sie finden diese Taste links neben dem Q auf der deutschen Standardtastatur.

Lassen sich alle Elemente, Bereiche und Links problemlos ansteuern, bedienen und wieder ver-

lassen – inkl. Video- und Audioschaltflächen? Dann stehen die Informationen über Ihr Unternehmen und Ihre Produkte sehenden und blinden Tastaturbenutzern zur Verfügung und ermöglichen im Zusammenspiel mit weiteren Erfolgskriterien eine reibungslosere Bedienung Ihres Onlineshops.

Zeigen visuelle Merkmale (z.B. Linkunterstreichungen, Farbwechsel) immer, wo Sie sich auf der Seite beim Durchtabben befinden? Dann werden auch sehende Tastaturbenutzer ihre Freude haben und eine geplante Bestellung nicht aus diesem Grund abrechnen müssen. Dies umso mehr, wenn die Tabreihenfolge der sichtbaren Darstellung am Monitor folgt.

## Weitere Aspekte

Neben den genannten Punkten spielen weitere Aspekte eine Rolle, wie Textalternativen für Audiodateien sowie die o.g. Bildbeschreibungen z.B. in Form von Alternativtexten und die sinnvolle Benennung und Auszeichnung von Überschriften.

Auch der barrierefreie Einsatz von JavaScript kann die Zugänglichkeit und Nutzbarkeit einer Seite unterstützen, denn JavaScript ist schon lange nicht mehr "böse". Auch wenn es für Flash Techniken gibt, die die Barrierefreiheit unterstützen: Prüfen Sie, ob es wirklich Flash sein muss. Derzeit haben sich noch wenige Entwickler barrierefreies Flash auf ihre Fahnen geschrieben und blinde Mac-User stehen ebenso außen vor wie die vielen iPhone- und iPad-Nutzer, denn



Flash wird nicht unterstützt bzw. auf diesen Endgeräten nicht angezeigt.

Barrierefreiheit spielt auch für PDF eine wichtige Rolle. Mit dem kostenfreien *PDF Accessibility Checker* der *Stiftung Zugang für alle* können Sie die Qualität Ihrer intern erstellten PDF einschätzen und die Ergebnisse externer Dienstleister prüfen. Besonders wichtig und Voraussetzung der Zugänglichkeit ist neben weiteren Kriterien der Verzicht auf grafische PDF.

### **Barrierefrei mitdenken!**

"Barrierefreiheit? Das machen wir später." Das kann gutgehen, tut es aber meist nicht. Barrierefreiheit gelingt umso besser, je früher Sie daran denken. Bereits in der Konzeptions- und Layoutphase können Hürden vermieden werden. Bereits in einem frühen Entwicklungsstadium sollte an die Schulung der Online-Redaktion, an Style Guides sowie die spätere Qualitätssicherung gedacht werden. Eine lohnende Investition sind entwicklungsbegleitende Tests durch externe Experten. Sie dienen der Früherkennung und verhindern, dass sich Fehler "durchschleifen". Je komplexer, desto mehr empfehlen sich ergänzende Tests durch Menschen mit Behinderungen und ältere Nutzer. Dabei gilt: Je mehr Seiten und Elemente geprüft werden, desto zuverlässiger das Ergebnis.

Damit sowohl Sie als auch Ihr Dienstleister Planungs- und Vertragssicherheit haben, sollten Sie die gewünschte Richtlinie und Konformitätsstufe vertraglich fixieren. Ein allgemeiner Passus "Die

Website soll barrierefrei sein" überlässt das Ergebnis zwar nicht zwingend dem barrierefreien Zufall, wohl aber der Interpretation.

### **Wie viel Barrierefreiheit muss sein?**

Die WCAG 2.0 definieren drei Konformitätsstufen: A, AA und AAA. Mit jeder Stufe steigt die Barrierefreiheit für Menschen und damit die Reichweite Ihres Angebots. Setzen Sie vor allem bei Relaunches und neu erstellten Firmenpräsenzen auf Konformitätsstufe AA. Auch bei bestehenden Webseiten lohnt ein Blick auf und unter die Haube, um Handlungsbedarf und Handlungsoptionen zu klären und auszureizen.

In Deutschland sind Sie als Unternehmen zwar nicht zur Entwicklung barrierefreier Webangebote verpflichtet. Barrierefreiheit bedeutet aber, dass mehr Menschen Ihr Webangebot oder Ihren Online Shop effektiv nutzen können. Barrierefreiheit ist mehr als die Notwendigkeit einer zusätzlichen Serviceleistung für behinderte Menschen. Als Teil geltender und erprobter Webstandards ist sie ein elementares Kriterium für die Nachhaltigkeit und Qualität Ihrer Website. Barrierefreiheit ist als Qualitätsmerkmal deshalb ebenso wichtig wie ein zeitgemäßes Design, eine durchdachte Benutzerführung und eine professionelle technische Umsetzung.



## Weiterführende Links

Web Content Accessibility Guidelines 2.0 (Englisch): <http://www.w3.org/TR/WCAG20/>

Richtlinien für barrierefreie Webinhalte (autorisierte deutsche Übersetzung):

<http://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/>

Contrast Analyser (Download):

[www.paciellogroup.com/resources/contrast-analyser.html](http://www.paciellogroup.com/resources/contrast-analyser.html)

PDF-Accessibility-Checker (PAC):

<http://www.access-for-all.ch/ch/pdf-werkstatt/pdf-accessibility-checker-pac.html>

## Literatur

Kerstin Probiesch: Barrierefreiheit verstehen und umsetzen. Webstandards für ein zugängliches und nutzbares Internet. Erschienen im Heidelberger dpunkt.verlag, März 2011.

Stand: Juli 2011

## Autorin

Kerstin Probiesch – Freie Beraterin

Barrierefreiheit, Social Media, Webkompetenz

<http://www.barrierefreie-informationskultur.de/>



## **Für was steht BIEG Hessen?**

BIEG Hessen steht für Beratungs- und Informationszentrum Elektronischer Geschäftsverkehr. Das BIEG Hessen ist eine gemeinsame Einrichtung der Industrie- und Handelskammern Frankfurt am Main, Fulda, Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern und Offenbach am Main. Wir sind eines der Kompetenzzentren, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert werden.

## **Aufgaben des BIEG Hessen**

Das BIEG Hessen hat zur Aufgabe, kleine und mittlere Unternehmen aller Branchen auf dem Weg zu Internet und E-Business neutral zu unterstützen. Wir verstehen uns als Plattform für Anbieter und Nachfrager und wollen dazu beitragen, dass Barrieren abgebaut und Chancen aufgezeigt werden. Das BIEG Hessen ist eine Anlaufstelle für Unternehmer sowie Kommunikator und Koordinator für den elektronischen Geschäftsverkehr.

### **BIEG Hessen**

Börsenplatz 4  
60313 Frankfurt am Main  
Telefon 069 2197-1380  
Telefax 069 2197-1497  
info@bieg-hessen.de

Auf unsere Internetseite [www.bieg-hessen.de](http://www.bieg-hessen.de) finden Sie weitere Leitfäden, Checklisten und Fachartikel zu den Themen Internet und E-Commerce.