Internet funktioniert. Für den spezifischen Bereich der digitalen Barrierefreiheit sind insbesondere die Web Content Accessibility Guidelines, kurz WCAG, von Bedeutung, von denen ich einige näher vorstellen werde.

Wie der Name bereits vermuten lässt, handelt es sich dabei um Regeln für barrierefreie Webinhalte. Viele dieser Regeln können jedoch problemlos auch auf andere digitale Inhalte angewendet werden. Einige dieser Prinzipien finden sogar im analogen Bereich Anwendung.

1.3. Die Gesetze

Es gibt eine Vielzahl von Bundes- und Landesgesetzen, die sich direkt oder indirekt mit dem Thema Barrierefreiheit beschäftigen. Um die österreichischen und europäischen Gesetze besser einordnen zu können, sei zunächst die gesetzliche Ausgangslage in den USA kurz skizziert.

In den USA gilt seit 1973 das Antidiskriminierungsgesetz für Einrichtungen des Bundes, der sogenannte Rehabilitation Act[8]. Dieser wurde 1998 um den Paragrafen 508, auch bekannt als Section 508, erweitert. Ursprünglich war die Umsetzung dieses Gesetzes nicht besonders aufwendig, jedoch gelten alle Regeln nicht nur für die Ausgabe an die Öffentlichkeit (Frontend), sondern auch für den Bereich der Eingaben (Backend). Das bedeutet, dass die Wartungsoberfläche zur Eingabe im Backend ebenfalls barrierefrei sein muss.

Für den unternehmerischen Bereich gilt in den USA seit 1990 der Americans with Disabilities Act[9] (ADA). Ähnliche Gesetze existieren in Australien seit 1992 und in Japan seit 2004. Für weitere Details zu den unterschiedlichen Gesetzen sowie zu rechtskräftigen Urteilen und verhängten Strafen verweisen wir an dieser Stelle auf die englischsprachige Wikipedia-Seite zum Thema „Web Accessibility“.[10]

International ist die Barrierefreiheit gut geregelt, doch wie sieht die Rechtslage in Österreich und Europa aus? Im Folgenden werden einige relevante Gesetze aufgeführt und kurz erklärt.

1.3.1. Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz – BGStG[11]

Dieses Gesetz trat am 1. Januar 2006 in Kraft und regelt den Umgang von Bundesinstitutionen mit Diskriminierung. Obwohl in § 6 Abs 5 ausdrücklich die Systeme der Informationsverarbeitung erwähnt werden, kam es aufgrund des Gesetzes bisher nicht zu nennenswerten Verbesserungen der Situation. Die einzigen er-

8 https://de.wikipedia.org/wiki/Rehabilitation_Act_(1973) (22.4.2025).
9 https://de.wikipedia.org/wiki/Americans_with_Disabilities_Act (22.4.2025).
10 https://en.wikipedia.org/wiki/Web_accessibility (22.4.2025).
11 Bundesgesetz über die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz – BGStG).

räume verdeutlichen, wie weit Europa im Bereich der Barrierefreiheit hinterherhinkt. Während weltweit seit 2008 nahezu identische Regeln gelten, endet die Übergangsfrist in Europa erst im Juni 2030.

2.1.1. Wahrnehmbarkeit

Das erste Prinzip der Barrierefreiheit ist die Wahrnehmbarkeit. Alle Informationen müssen so gestaltet sein, dass sie für die Benutzer in einer wahrnehmbaren Form verfügbar sind. Doch was genau bedeutet das?

Um dies zu verdeutlichen, möchte ich das erste Erfolgskriterium erläutern. Das Erfolgskriterium 1.1.1 besagt, dass man für alle nicht textlichen Inhalte eine Textalternative zur Verfügung stellen muss. Nicht textliche Inhalte sind in der Regel Bilder, und eine passende Textalternative kann der Alternativtext sein. Nun könnte man fälschlicherweise aus dieser Regel ableiten, dass man den Alternativtext zum Pflichtfeld macht und damit sicherstellt, dass das Kriterium erfüllt ist.

Dieser Alternativtext hilft in erster Linie den Nutzern von Screenreadern. Menschen, die Informationen aus anderen Gründen nicht wahrnehmen können, profitieren hiervon jedoch nicht. Ein Beispiel ist ein komplexes Bild, wie etwa ein Diagramm, das auf einem Smartphone betrachtet wird. Aufgrund der begrenzten Bildschirmgröße sind die Informationen möglicherweise nicht klar erkennbar. In solchen Fällen ist es notwendig, im Text eine zusätzliche Beschreibung des Bildes zu bieten. Wenn es im Text eine Beschreibung gibt, dann bleibt der Alternativtext des Bildes leer. Natürlich könnte man nun argumentieren, dass man den Alternativtext trotzdem befüllen könnte, aber verpflichtend ist das nicht.

Mein Ziel ist es nicht, an dieser Stelle eine endgültige Lösung für die Problematik der Alternativtexte zu präsentieren, sondern aufzuzeigen, dass die tatsächliche Wahrnehmbarkeit viele Facetten hat. Es ist alles andere als einfach, Informationen so bereitzustellen, dass sie für alle Menschen wahrnehmbar sind. In den folgenden Beispielen möchte ich näher darauf eingehen.

2.1.1.1. Captcha

Ein Captcha (Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart) ist eine Funktion, die überprüft, ob der Zugriff auf Inhalte von einem Menschen oder einer Maschine erfolgt. In der Regel wird dabei eine Kombination aus Buchstaben und Zahlen so verfälscht, dass sie für Maschinen nicht mehr lesbar ist. Es gibt jedoch auch alternative Varianten, bei denen Benutzer aus verschiedenen Bildern diejenigen auswählen müssen, die Ampeln zeigen.

Captchas kommen in der Regel als Schutz vor Spam zum Einsatz. Damit soll sichergestellt sein, dass nur Menschen ein Formular absenden können.

2.1.2.1. Keyboard (Tastatur)

Das Erfolgskriterium 2.1.1 verlangt die Bedienbarkeit ausschließlich mithilfe einer Tastatur oder einer Tastaturschnittstelle. Die Bedienung mit der Maus, als eine Form der Mensch-Maschine-Kommunikation, ist nicht wirklich ideal. Während die älteren Semester sich noch gut an die Kugel in der Maus erinnern können, die man regelmäßig reinigen musste, damit der Mauszeiger nicht über den ganzen Bildschirm hüpft, haben wir heute eher das Problem, dass wegen übergroßen Bildschirmen Mausbewegungen von einem Eck in das andere zu wahren Höchstleistungen der Hand führen. Nicht umsonst kennt man das Symptom der „Maushand“ oder des „Mausarms“.[37] Daher sollte man im eigenen Interesse, neben der Nutzung der Maus, auch die Tastatur zur Navigation und zum Wechseln zwischen Fenstern zu Hilfe nehmen.

Damit eine Website mit der Tastatur benutzbar ist, müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein. Die erste Voraussetzung ist, dass der aktuelle Standort des Besuchers innerhalb der Seite klar erkennbar ist. Wie bereits erwähnt, kennt man neben dem Zustand „hover“ auch den Zustand „focus“, der bei der Bedienung mit der Tastatur dem Verhalten von „hover“ ähnelt und den aktuellen Fokus anzeigt.

Abbildung 12 zeigt ein Beispiel dafür, wie der Fokus bei einem Menüpunkt dargestellt werden kann. Ob der Rahmen um das Element durchgehend gestrichelt ist oder das Verhalten von „hover“ imitiert wird, ist nicht festgelegt – zumindest nicht in der Stufe AA, die gesetzlich vorgeschrieben ist. Wichtig ist, dass bei der Navigation mit der Tastatur eine Art von Fokus sichtbar wird.

Abb 12: Beispiel für ein Fold-out-Menü im Zustand „focus “ (Screenshot)

2.1.2.1.1. Tastaturfallen

Die zweite Voraussetzung ist, dass es keine Tastaturfallen gibt. Das Erfolgskriterium 2.1.2 schreibt vor, dass man mit der Tastatur nicht „hängen“ bleiben darf – ein Problem, das bereits verschwunden war, mit den Cookie-Bannern aber plötzlich wieder auftauchte. Was ist damit gemeint?

37 Siehe https://de.wikipedia.org/wiki/Repetitive-Strain-Injury-Syndrom (22.4.2025).

Es gibt eine Reihe von Beispielen, wie man Links richtig auszeichnet, beispielhaft seien Folgende genannt. Wir werden im Abschnitt barrierefreie Content-Redaktion noch einmal darauf eingehen.

- Externe Links, die in einem neuen Fenster öffnen, mit einem Symbol kennzeichnen.
- Links auf ein PDF kennzeichnen und Dateigröße angeben.
- Verlinkte Bilder müssen einen Alternativtext haben.
- „Hier klicken" oder „mehr" Links sind meistens nicht erlaubt.

Unter externen Links, die sich in einem neuen Fenster öffnen, versteht man Links, die mit https:// beginnen und bei einem Klick darauf in einem neuen Browsertab oder einem neuen Browserfenster geöffnet werden, also nicht alle externen Links. Diese sind aus mehreren Gründen problematisch und sollten prinzipiell vermieden werden. Klickt man am Smartphone auf einen derartigen Link, wird er meistens im Hintergrund geöffnet. Da diese Links auch nur selten korrekt ausgezeichnet sind, passiert das für den Besucher immer recht überraschend. Das führt aber auch dazu, dass die grundlegenden Browserfunktionen wie „Zurück" und „Vorwärts" nicht wie gewohnt funktionieren, da man sich in einem ganz neuen Fenster befindet.

Bei Links auf ein PDF verhält es sich ähnlich. Im Gegensatz zum Desktop-Computer werden PDFs am Smartphone nicht im Browser angezeigt, sondern in einer externen App. Man muss das PDF dafür herunterladen und definieren, in welcher App man es angezeigt haben möchte. Deshalb sind insbesondere auf Smartphones die folgenden Informationen von großer Bedeutung: dass es sich um ein PDF-Dokument handelt und welche Dateigröße es hat.

Dass verlinkte Bilder einen Alternativtext haben müssen, ist durchaus logisch. Der einzige verfügbare Bildinhalt, der Screenreadern zur Verfügung steht, ist der Alternativtext. Ist der leer, ist auch der Link leer. Ein leerer Link ist für Sehende kein Problem, weil er unsichtbar ist, aber der Screenreader erkennt den Link und zeigt an, dass da ein Link ist. Das ist genau genommen ein Widerspruch zu den grundlegenden Regeln, da diese nichts fordern, was nicht auch für alle anderen Nutzer gelten würde. Ein leerer Link war da wohl nicht vorgesehen, man hatte vermutlich nur das Bild ohne Alternativtext im Sinn.

Sehr weit verbreitet sind die sogenannten „Mehr"-Links. Ob statt „Mehr" nun „Weiterlesen", „Mehr dazu" oder „Hier klicken" steht, macht keinen Unterschied. Der Link, für sich allein betrachtet, muss aussagekräftig sein. Es genügt nur dann, wenn der Inhalt rund um den Link die nötigen Informationen bereitstellt. Das bedeutet: Steht der „Mehr"-Link in einer eigenen Zeile oder einem eigenen Absatz, dann fehlt der Kontext, und die Aussagekraft geht verloren. Steht der Link hingegen im Fließtext und ergibt sich daraus der Linkzweck, dann ist das zulässig. Darauf gehen wir später aber noch viel genauer ein.

2.2.3.2. Desktop

Der Desktop, als Abkürzung für „Desktop Computer", versteht sich als ein Arbeitsplatzrechner mit großformatigem Bildschirm.

Die Prüfkriterien am Desktop unterscheiden sich von denen am Smartphone insofern, als am Desktop weit größere Bereiche abgedeckt werden müssen.

Durch den automatisierten Test wissen wir bereits, ob es zu Kontrastproblemen kommt oder ob die Überschriftenhierarchie nicht stimmt. Was wir aber nicht wissen, ist: Wie verhält sich die Seite bei verschiedenen Auflösungen, wie verhalten sich die Animationen, kommt es zu Überlagerungen und passen die Strukturen?

Links

Dafür betrachtet man die Seite von oben nach unten. Sind Links als solche erkennbar? Ein Link muss nicht immer mit einem Unterstrich oder farblich gekennzeichnet sein. Es genügt auch, wenn aus seiner Umgebung eindeutig hervorgeht, dass es sich um einen Link handelt. Zum Beispiel verfügt man über eine Liste mit der Überschrift „Weiterführende Links" oder „Auf einen Blick" und darunter dann über die Links in Form einer Liste. Dann muss man diese Links nicht mehr gesondert kennzeichnen, da klar ersichtlich ist, dass es sich um eine Linkliste handelt.

Externe Links müssen als solche gekennzeichnet sein, und es muss klar erkennbar sein, dass bei einem Klick darauf ein neues Fenster oder ein neuer Tab geöffnet wird. Gleiches gilt für Links auf PDFs oder andere Downloads. Auch diese müssen gesondert gekennzeichnet sein. Noch einmal der Hinweis auf die Regel:[47] Der Zweck des Links muss klar ersichtlich sein. Besonders problematisch sind Links, die direkt aus dem Hauptmenü oder direkt aus einem Hauptmenüpunkt auf eine externe Seite verweisen. Dabei ist weder der Linkzweck erkennbar, noch ist die Regel der Vorhersehbarkeit erfüllt. Als Hilfestellung für die Überprüfung solcher Links können Sie Folgendes machen: Betrachten Sie den Link für sich allein gestellt, also ohne den umschließenden Kontext. Ergibt der Link dann noch immer Sinn, und ist das Verhalten bei einem Klick auf den Link vorhersehbar?

Es gibt aber auch den umgekehrten Fall. Normale Inhaltselemente sind wie Links formatiert. Sie sind zum Beispiel unterstrichen oder in irgendeiner Art und Weise farblich markiert. Es entsteht also optisch der Eindruck, es könnte sich um einen Link handeln.

Links sind ein sehr komplexes und umfangreiches Thema, weshalb wir uns später noch einmal damit beschäftigen werden.

47 Siehe 2.1.2.3. Linkzweck.

3. Barrierefreie Content-Redaktion

3.1. Allgemeines

Wir haben die Regeln kennengelernt. Wir wissen, warum wir Seiten grundsätzlich barrierefrei umsetzen sollten. Wir können auch bereits Seiten und Inhalte überprüfen. Wir wissen, dass Barrierefreiheit ein stetiger Prozess ist, aber wir wissen bis jetzt nicht, wie man die dafür nötigen barrierefreien Inhalte produziert.

In der Praxis sehe ich häufig folgendes Verhalten: Man soll eine E-Mail verfassen, in der es um eine wichtige Mitteilung geht. Diese Mitteilung soll aber auch ausgedruckt und zum Beispiel am Schwarzen Brett oder an der Amtstafel veröffentlicht werden. Daher erstellt man eine Word-Datei, formatiert diese mit richtig großer Schrift, idealerweise mit großen roten Buchstaben – denn, wenn etwas wichtig ist, macht man es rot, so wie wir es gelernt haben.

Nachdem der Überschriftenblock richtig hübsch geworden ist, mit den großen roten Buchstaben, denkt man sich: Warum als Word-Datei anhängen, den Anhang liest ohnehin niemand, also gleich direkt rein mit dem Text in das E-Mail. Im E-Mail selbst formatiert man die Absätze, Zeilenumbrüche setzt man bewusst selbst, sodass sich ein wunderschöner Block, fast wie in einer Zeitung, ergibt.

Später kommt jemand auf die Idee, dass man diese wichtige Information auch im Internet veröffentlichen sollte. Also nichts leichter als das. Aus der Word- wird eine PDF-Datei gemacht, denn das direkte Kopieren aus der Word-Datei geht nicht, irgendjemand meinte einmal, weil man das nicht tun soll, und fertig ist die Aufgabe.

Wenn man bisher so gearbeitet hat, dann bedeutet barrierefreie Content-Redaktion möglicherweise doch einen deutlich höheren Aufwand als bisher. Worauf soll man also achten?

3.1.1. Editor

Wenn Sie Inhalte erstellen oder Content produzieren, dann machen Sie das in der Regel mit einer Software, die man WYSIWYG-Editor[58] nennt. WYSIWYG steht für „What You See Is What You Get“ und bedeutet so viel wie „Was du siehst, ist das, was du bekommst“. Diese Beschreibung trifft es ziemlich gut. Sie brauchen sich also keine Gedanken darüber zu machen, wie Elemente ausgezeichnet werden müssen, damit sie so aussehen, wie sie aussehen.

Was ist damit gemeint?

Wenn Sie ein Wort schräg gestellt, kursiv genannt, darstellen wollen, dann machen Sie dieses Wort mithilfe von klar definierten Befehlen kursiv. Das Wort wird

58 https://de.wikipedia.org/wiki/WYSIWYG (22.4.2025).

Dritten, sei es mit Zulieferern oder Druckereien, benötigt man ein manipulationssicheres Dateiformat.

Dieser Umstand leitete den Siegeszug des PDFs ein. PDF[67] steht für „Portable Document Format", also ein Dateiformat, das übertragbar ist, und zwar optisch ident mit dem Original. Dafür werden alle nötigen Informationen und die gesamten benötigten Schriften in eine Datei verpackt, ohne dass für die Verwendung der Schriften Lizenzkosten anfallen.

Es spielte auf einmal keine Rolle mehr, ob man die gleiche Programmversion installiert hatte oder ob man ein anderes Betriebssystem verwendete. Mithilfe von PDF konnte man so etwas wie einen digitalen Ausdruck übermitteln. Lange Zeit war die Software zur Erstellung von PDFs kostenpflichtig, aber mit der Freigabe erlebte das Format einen wahren Höhenflug, der lange anhielt. Heutzutage machen PDFs oftmals mehr Probleme, als sie lösen. Aber dazu später mehr.

Vermutlich haben Sie sich noch nie Gedanken darüber gemacht, was genau im Hintergrund passieren muss, damit einzelne Zeichen und Buchstaben auf Ihrem Bildschirm angezeigt werden – nicht nur mehr oder weniger angezeigt, sondern auch in der richtigen Schrift und mit der richtigen Schriftgröße. Wie zuvor erwähnt, muss dafür genau diese Schrift auf dem Endgerät installiert sein.

Natürlich gilt das auch für Browser oder Apps. Die jeweilige Schrift muss in beiden Fällen am Endgerät installiert sein. Ob das ein Windows-Computer, ein Android-Smartphone oder ein iPhone ist, spielt keine Rolle. Betrachten wir dazu nochmals unseren Code aus dem E-Mail:

```
<p class="elementToProof" style="margin: 0cm 0cm 4pt;"><span style="letter-spacing:
-0.5pt; font-family: 'Aptos Display', sans-serif; font-size: 28pt;">Das ist der Titel</
span></p>
```

Es gibt in dem Code eine Anweisung namens „font-family", also Schriftfamilie. Darin stehen zwei Werte, „Aptos Display" und „sans-serif". Das bedeutet übersetzt: Wenn die Schrift „Aptos Display" installiert ist, dann gib den nachfolgenden Inhalt mit dieser Schrift aus. Wenn nicht, dann nimm irgendeine nicht-serife Schriftart, die installiert ist. (Auf die einzelnen Schriftarten gehen wir später noch ein.) Das ist also recht schwammig formuliert. In der Praxis fällt dies bei den verschiedenen Betriebssystemen mittlerweile nicht mehr so auf, da Microsoft weitverbreitet ist und die beiden anderen relevanten Systeme, Android und Apple, fast identische oder gleiche Schriften anbieten.

Durch die sehr weite Verbreitung von Microsoft in den 10er-Jahren des aktuellen Jahrhunderts und durch die hohen Lizenzkosten einzelner Schriften wurden Websites in dieser Zeit fast ausschließlich mit Windows-Systemschriften ausge-

67 https://de.wikipedia.org/wiki/Portable_Document_Format (22.4.2025).

3.2.1.2. Menüs

Je nach Komplexität der Struktur benötigt man zumindest ein Hauptmenü, in der Regel aber mindestens drei Menüs bei Websites und Shops. Damit der Platz für sechs Hauptmenüpunkte auch ausreicht, müssen diese kurz und prägnant sein. Aus dem Menüpunkt „Unsere Mitarbeiterinnen" wird daher „Teams", aus „Zimmer, Juniorsuite, Seniorsuite" wird „Zimmer & Suiten" und so weiter. Aber das gilt nicht nur für die erste Menü-Ebene, auch in den Ebenen darunter muss man sich kurz und einfach halten.

In den meisten Fällen gibt es ein Hauptmenü, ein Brotkrumen-Menü und eine Sitemap.

Das Hauptmenü

Wie bereits erwähnt, soll das Hauptmenü aus maximal sechs Menüpunkten bestehen, die darauffolgende Ebene sollte auch nicht mehr als zwanzig Menüpunkte beinhalten, und maximal sollte ein Hauptmenü eine dritte Ebene mit ebenfalls maximal zwanzig Menüpunkten besitzen. Ich schreibe hier bewusst „sollte", denn in der Praxis kann man das nicht immer so umsetzen. Ist die Struktur ordentlich definiert, kann man im Design darauf Rücksicht nehmen. Damit ist gemeint, dass man maximale Bereiche definiert, also zum Beispiel, wie viele Buchstaben ein Menüpunkt der dritten Ebene haben darf. Oder das Design wird so angelegt, dass ein Menüpunkt der dritten Ebene sehr viel mehr Buchstaben haben darf. Es hängt von der Struktur ab.

In der Regel wird es aber so sein, dass Sie im bestehenden Design Menüpunkte anlegen müssen. Aus der Selbstprüfung wissen Sie aber bereits, wo die Grenzen des Designs sind. Kann man einen 16. Untermenüpunkt beim dritten Hauptmenüpunkt überhaupt noch anlegen, oder wird der Menüpunkt in den Menüs gar nicht mehr angezeigt? Oder bewirkt ein neuer Menüpunkt möglicherweise Überlagerungen bei bestimmten Bildschirmbreiten? Das sind alles Dinge, auf die man bei der Neuanlage einer Seite Rücksicht nehmen muss. Und das ist nicht einfach, nachdem man vermutlich schon einige Zeit damit verbracht hat, zu bestimmen, wo genau im Menübaum diese neue Seite überhaupt dazupasst.

Das Brotkrumen-Menü

Ein Brotkrumen-Menü, auch „Rootline-Menü" genannt, ist ein Menü-Typ, der die aktuelle Position im Menübaum klar darstellt. Wie der Name schon sagt, kann man damit wie im Märchen den Brotkrumen folgen. Genau das wollen wir auch. Wir wollen den Besucher durch die Seite führen. Nehmen wir an, wir verkaufen in unserem Möbelgeschäft auch die passenden Elektrogeräte zu den Möbeln und daher auch Mixer. Ein Brotkrumen-Menü könnte wie folgt aussehen:

Willkommen :: Elektrogeräte :: Mixer :: Standmixer :: Standmixer xyz

Wir fragen uns

- Warum ist dieser Nicht-Text-Inhalt hier?
- Welche Informationen präsentiert er?
- Welchen Zweck erfüllt er?
- Wenn ich den Nicht-Text-Inhalt nicht verwenden könnte, welche Worte würde ich verwenden, um die gleiche Funktion und/oder Information zu vermitteln?

Kommen wir aufgrund dieser Fragen zu der Erkenntnis, dass ein Bild eine Information transportiert, dann müssen wir uns die Frage stellen, wie wir diese Information zur Verfügung stellen können. Nehmen wir an, auf einem Bild sind zwei Personen abgebildet, und wir wollen die Namen der beiden Personen bekannt geben. Nach dem Bild kommt ein Text, der über das Ereignis berichtet. Der Alternativtext ist dem Screenreader vorbehalten, wie transportieren wir die Information nun an alle?

Eine Möglichkeit wäre die Bildunterschrift. Wir schreiben die Namen der beiden Personen in die Bildunterschrift. Ist auf dem Bild optisch etwas erkennbar, das zusätzliche Informationen vermittelt? Stehen die zwei Personen vor einer weißen Wand, dann eher nicht, zeigt es die beiden bei einer Tätigkeit, dann vielleicht. Nehmen wir weiter an, es zeigt zwei Personen, die etwas eröffnen und dabei fotografiert werden, wie sie das Band durchschneiden. Die Bildunterschrift könnte lauten: Person A und Person B sichtlich gut gelaunt beim Durchschneiden des Bandes. Der Alternativtext bleibt leer. Man könnte das auch als Alternativtext verwenden, aber man benötigt dann zusätzlich noch die Bildunterschrift, weil nicht alle Besucher einen Screenreader benutzen.

Oder – und diese Variante bevorzuge ich in diesem Fall – es gibt keinen Alternativtext und keine Bildunterschrift, die Information kommt in den Text, wenn es nur dieses eine Bild gibt. Diese Option könnte dann zum Beispiel so lauten: Person A und Person B waren sichtlich gut gelaunt beim Durchschneiden des Bandes, wie man am Bild erkennen kann.

Warum diese Wahl? Weil wir unglaublich viel Zeit am Smartphone verbringen und dort die Bilder teilweise so klein sind, dass die Information verloren geht. Man braucht nur ein Bild von einem Diagramm oder einer komplexeren Tabelle zu nehmen. In diesem Fall nützt weder der Alternativtext noch die Bildunterschrift. Die Bildunterschrift würde unformatiert über mehrere Zeilen gehen. Hier müssen die Inhalte des Bildes in den Text mit aufgenommen werden. Manchmal gibt es auch Details auf einem Bild, die Informationen enthalten. Sind diese Informationen auch noch bei einer 320px-Bildschirmbreite erkennbar? Wenn nicht, dann benötigt man keinen Alternativtext beim Bild, sondern die Textalternative im Fließtext ist notwendig.

Abbildung 42 zeigt ein Beispiel für eine Darstellung, wie sie im E-Mail-Programm Outlook angezeigt wird. Achten Sie darauf, dass der Linktext auch wirklich den Link beschreibt. Es gibt auch eine Anweisung, die den Linktext automatisch vergibt. Vielleicht ist Ihnen das schon aufgefallen: Wenn Sie eine bestimmte Seite verlinken wollen und die Adresse in den Rich-Text-Editor kopieren, wird aus dem Linktext automatisch ein kurzer Link, wie zum Beispiel „news.seite.at“. Dieser Linktext ist nur leider ähnlich nutzlos, wie wenn man Link direkt ausgeben würde. Betrachten Sie den Linktext daher immer für sich alleine und überprüfen Sie, ob damit klar ist, was passiert, wenn man auf den Link klickt.

Bitte überprüfen Sie die Links immer, bevor Sie sie setzen. Besonders bei Links mit interaktiven Inhalten müssen Sie überprüfen, ob der Link auch wirklich dorthin führt, wohin Sie wollen. Was ein wenig kompliziert klingt, haben Sie bestimmt schon oft erlebt. Auf der Zielseite gibt es ein Accordion-Element oder eine zusätzliche Seitennavigation, und Sie wollen auf den Inhalt eines bestimmten Elements hinweisen.

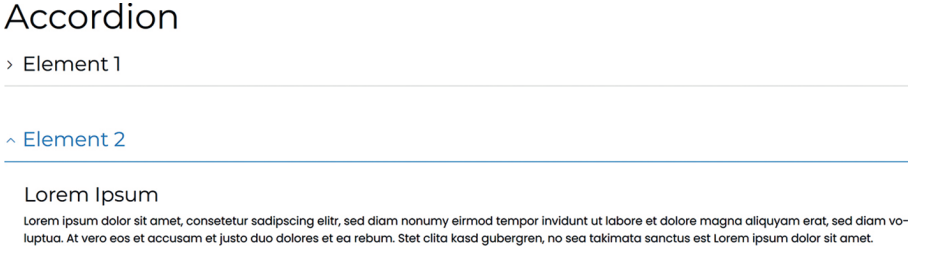

Abb 43: Beispiel für ein Accordion-Element (Screenshot)

Abbildung 43 zeigt ein Beispiel für ein Accordion, bei dem das zweite Element geöffnet ist. Auf den Inhalt im zweiten Element möchten wir hinweisen und setzen einen Link auf die Seite, in dem wir die Adresszeile des Browsers kopieren. Bevor man nun den Link benützt, öffnen Sie einen Browsertab, idealerweise einen Inkognitotab, und fügen Sie die Adresse ein. Ist das gewünschte Element sichtbar, sind alle Accordion-Elemente eingeklappt oder steht das Seitenmenü plötzlich auf der ersten Seite, obwohl man auf Seite 12 verlinken will? Das kommt leider vielfach vor, selbst bei offiziellen Seiten kann man nicht direkt auf ein geöffnetes Accordion verlinken, genauer gesagt auf die Seite so verlinken, dass dort dann das richtige Accordion-Element geöffnet ist. Das ist vorwiegend bei großen Accordions problematisch, wenn man nur ein auf ein einzelnes Element verlinken möchte.

K.-o.-Kriterien für Links

- mangelnder Linkkontext (mehr Link)
- Bild mit Link ohne Alternativtext