



FFG
Forschung wirkt.

TEAM DIGITALE BARRIEREFREIHEIT DER FFG

TIPPS FÜR DIE REDAKTIONELLEN ASPEKTE DER BARRIEREFREIHEIT

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung	3
2	Aspekte der digitalen Barrierefreiheit.....	4
2.1	Technische Aspekte.....	4
2.2	Grafische und konzeptionelle Aspekte	4
2.3	Redaktionelle Aspekte.....	4
3	Bilder	5
3.1	Beispiel: Unterschiedlicher Kontext	7
3.2	Beispiel: Beschreibung von komplexen Bildern	8
4	Strukturierung	9
4.1	Überschriften	10
4.2	Listen.....	11
4.3	Tabellen	13
4.3.1	Bei der Erstellung einer Tabelle.....	14
5	Links.....	14
6	Sprache	15
6.1	Einfache Sprache.....	15
6.2	Leichte Sprache.....	16
7	Weitere redaktionelle Aspekte	17
8	Checkliste: die wichtigsten Punkte im Überblick	18
9	Impressum und Kontakt	19

1 EINLEITUNG

Eine barrierefreie Website oder mobile Anwendung ist technisch so gestaltet, dass alle Menschen diese gut nutzen können. Insbesondere für Menschen mit (temporären) Behinderungen ist die Barrierefreiheit einer Website von großer Bedeutung. Barrieren können fehlende Alternativtexte bei Bildern, eine unlogische Überschriftenstruktur oder zu geringe Farbkontrast-Werte sein.

Um all diese Barrieren zu vermeiden, gibt es mit den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) ein klares Regelwerk. Wer diese Guidelines in der Fassung 2.1 und im Level AA – also die [WCAG 2.1 AA](#) – erfüllt, entspricht den Vorgaben der EU [Richtlinie über den barrierefreien Zugang zu den Websites und mobilen Anwendungen öffentlicher Stellen](#). Was aber noch viel besser ist: damit ist es allen Nutzer*innen gleichermaßen gut möglich Websites und Apps zu nutzen!

Dieses Handbuch soll Web-Redakteur*innen dabei unterstützen, Content barrierefrei im Sinne der WCAG 2.1 AA zu gestalten.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Umsetzen!

Ihr FFG-Team

2 ASPEKTE DER DIGITALEN BARRIEREFREIHEIT

Die digitale Barrierefreiheit in einem Web-Projekt hat mehrere Gesichtspunkte, unter anderem sind das:

2.1 Technische Aspekte

Zum einen müssen die eingesetzten Techniken wie Content Management-Systeme, Apps, PDFs etc. technischen Standards genügen.

Die technischen Standards werden durch eine Reihe von Checkpunkten (Success Criteria) der WCAG 2.1 sowie durch erweiternde, in dem Zusammenhang relevante, Standards wie z. B. PDF/UA beschrieben.

Entwickler*innen (Frontend/Backend) stellen sicher, dass der generierte Code den Standards entspricht und der Inhalt der Applikation auch barrierefrei von Redakteur*innen eingegeben werden kann.

2.2 Grafische und konzeptionelle Aspekte

Je früher Barrierefreiheit bei einem digitalen Projekt mitbedacht wird, desto besser ist es. Dadurch können potenziell aufwendige und kostenintensive Nacharbeiten vermieden werden. Konzeptionell könnte etwa geklärt werden, wie die Struktur der Applikation aufgebaut ist, ob die Anwendung linearisierbar (die Lesereihenfolge der Elemente macht auch ohne Style Sinn) ist.

Auch die Umsetzbarkeit (Feasibility) der grafischen Entwürfe in Richtung Barrierefreiheit ist relevant. Vor allem die Wahl eines passenden Farbschemas, welches ausreichend kontrastreich für „Text“- und „Nicht Text“-Elemente (bspw. Buttons), dass „Text“ statt „Bilder von Text“ genutzt wird etc. spielen hier eine Rolle. Weiters ist es vorteilhaft, bereits im Design die Barrierefreiheit und User Experience für unterschiedliche Nutzer*innen-Gruppen mitzudenken. Im Design kann schon festgelegt werden, wie Skiplinks, Tab Focus (Style wenn ein Element Fokus erhält) oder weitere assistive Elemente aussehen.

2.3 Redaktionelle Aspekte

Einige wesentliche Anforderungen an die digitale Barrierefreiheit sind nur durch die Redaktion selbst erfüllbar. Auf diese Aspekte gehen wir im Folgenden näher ein.

3 BILDER

Eine wichtige Anforderung an die Barrierefreiheit ist die Beschreibung von Bildern und anderen „Nicht-Text-Elementen“. Dieser sogenannte Alternativtext wird Nutzer*innen, die Bilder nicht visuell wahrnehmen können ggf. über einen Screenreader vorgelesen. Weiters ist es von Vorteil mit Alternativtexten zu arbeiten, da diese von Suchmaschinen interpretiert werden können und somit zu besseren SEO-Ergebnissen führen.

In den WCAG 2.1 ist die Verwendung von Bildern und weiteren „Nicht-Text-Inhalten“ v.a. in folgendem Punkt angemerkt:

– **Nicht-Text-Inhalt (Level A)**

Alle Nicht-Text-Inhalte, die Nutzer*innen präsentiert werden, haben eine Textalternative, die einem äquivalenten Zweck dient...¹

Viele „Nicht-Text-Elemente“ im Sinne von Interaktionselementen werden in Anwendungen häufig über das Rahmen-CMS verwaltet (Icons, Pfeile, Buttons etc.). Auf diese Funktionen hat die Redaktion häufig keinen Zugriff.

Bilder im Inhaltsbereich einer Anwendung können meist schon redaktionell beschrieben werden. Technisch wird das in der Regel über das „alt Attribut“ (Alternativtext) des Bildelements () oder den weiteren Fließtext auf der Seite festgelegt.

Beim Beschreibungstext wird die Aussage des Bildes und Funktion des Bildes (welche durch einen möglichen Link am Bildelement entsteht) bedacht.

Wir empfehlen bei der Verwendung eines Alternativtextes insbesondere folgende Punkte zu beachten:

- Der Alternativtext ist das möglichst genaue Äquivalent zum Inhalt bzw. zur Information, die das Bild transportieren soll.
- Der Alternativtext wird kontextabhängig eingesetzt. Der Text kann sich somit bei ein- und demselben Bild in unterschiedlichen Kontexten unterscheiden ([vgl. Kapitel Beispiele/unterschiedlicher Kontext](#)).
- Das Alternativattribut (alt=) eines Bildes () ist immer vorhanden.
- Bei Schmuckbildern (Bilder, die rein zu dekorativen Zwecken eingesetzt werden) ist das Alternativattribut leer (alt=„“). Damit wird es von Screenreadern automatisch übersprungen.
- Der Alternativtext enthält eine kurze Beschreibung des Bildes. Wenn eine Beschreibung länger ist, wird sie in den Fließtext der betreffenden Seite verlegt.

¹ <https://www.w3.org/TR/WCAG21/#non-text-content>

- Es gibt keine formelle Aussage zur maximal sinnvollen Textlänge des Alternativattributs. Gemäß der gelebten Praxis in der Accessibility liegt dieser Wert aber ca. zwischen 100 und 150 Zeichen ^{2 3}
- Wenn im Bild Text vorkommt, findet dieser eine Entsprechung im Alternativattribut.
- Der Alternativtext beginnt nicht mit einer Einleitung wie „Bild:“ oder „Foto:“. Diese Information erkennt der Screenreader automatisch.
- SVGs (Vektorbildformat) sind korrekt beschrieben (wenn dies im jeweiligen Projekt redaktionell möglich ist). ⁴
- Relevante Hintergrundbilder sind korrekt beschrieben (wenn im jeweiligen Projekt redaktionell möglich). ⁵
- Bei Font Icons wird (wenn im jeweiligen Projekt redaktionell möglich) darauf geachtet, ob diese dekorativen oder informativen Inhalt haben. Je nachdem wird das Font Icon mittels aria-hidden ausgeblendet und/oder mittels sr-only-Text (Style, um Text nur für Screenreader darzustellen) ergänzt. ⁶
- Redundanzen (mit Titelattribut und Kontexttext) werden vermieden. In folgendem Beispiel würde der Beschreibungstext, je nach assistiver Technologie, bis zu drei Mal gelesen werden:
`<p>Bildbeschreibung</p>`. In dem Fall sollte idealerweise nur das Alternativattribut oder die Beschreibung im Fließtext bleiben.
- Wenn Bilder verlinkt werden, wird auf das Linkziel des Links hingewiesen. Das kann beispielsweise auch im Titelattribut des Linkelements stattfinden.
- Komplexere Elemente wie Infografiken oder Diagramme brauchen in der Regel auch eine Alternative. Hier kommt es stärker auf die technologischen Rahmenbedingungen der Anwendung an. Redaktionell könnte beispielsweise eine äquivalente alternative Darstellung in Form von Text auf der Seite eingebunden werden. ⁷

² https://fae.disability.illinois.edu/rulesets/IMAGE_4_EN/

³ <https://accessibility.psu.edu/images/imageshtml/>

⁴ <https://www.deque.com/blog/creating-accessible-svg/>

⁵ <https://www.davidmacd.com/blog/alternate-text-for-css-background-images.html>

⁶ <https://fontawesome.com/how-to-use/on-the-web/other-topics/accessibility>

⁷ <https://www.w3.org/TR/WCAG21/#cc1>

3.1 Beispiel: Unterschiedlicher Kontext

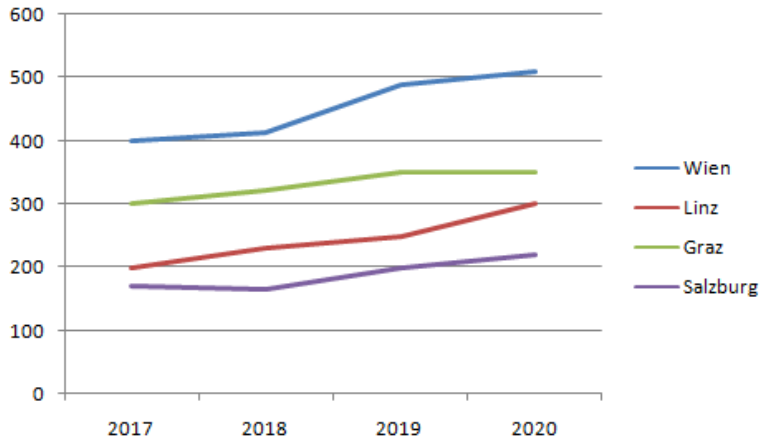
*Abbildung 1: Mann mit längeren Haaren und Rollkragenpulli
(Foto von David Suarez auf Unsplash)*



Dieses Bild könnte sich auf einer Mitarbeiter*innenseite einer Firmenwebsite befinden und könnte den Alternativtext alt="Thomas Mustermann" haben. Dieser Alternativtext wäre auf dieser Seite angemessen. Sollte das gleiche Bild aber auf einer Website für Mode vorkommen, sollte der Alternativtext dann mehr in Richtung Styling Beschreibung gehen (Beschreibung des Outfits, Haare etc.). Wenn diese Beschreibung zu lange wird, immer daran denken besser, die Bildbeschreibung im Fließtext der betreffenden Seite vorzunehmen. Im Alternativattribut reicht in diesem Fall dann ein kurzer Text wie beispielsweise alt="Thomas Mustermann".

3.2 Beispiel: Beschreibung von komplexen Bildern

Abbildung 2: Symbolbild Liniendiagramm (4 Spalten: 2017 bis 2020. 4 Linien, welche fiktive Zahlen der Städte Wien, Linz, Graz und Salzburg in dem Zeitraum darstellen)



Beim Einsatz von komplexen Bildern wie beispielsweise Charts oder Organigrammen ist es zumeist nicht zielführend, die gesamte Beschreibung des Bildes im Alternativattribut zu platzieren.

Hier wäre wieder eine kurze Beschreibung im Bild vorzuziehen wie beispielsweise „Liniendiagramm XXX der Städte Wien, Linz, Graz und Salzburg“. Die ausführliche Beschreibung kann dann wieder im Fließtext der betreffenden Seite (oder in einer verlinkten anderen Seite) vorgenommen werden. Bei einem Chart ist eine gute Alternative auch eine semantisch korrekte Tabelle der vorhandenen Daten ([vgl. Kapitel Tabellen](#)).

Abbildung 3: Symbolbild Tabelle (4 Spalten: 2017 bis 2020. 4 Zeilen, welche fiktive Zahlen der Städte Wien, Linz, Graz und Salzburg darstellen)

Statistik der XXX				
	2017	2018	2019	2020
Wien	400	412	490	510
Linz	200	230	250	300
Graz	300	320	350	350
Salzburg	170	165	200	220

4 STRUKTURIERUNG

Textliche Inhalte ohne Formatierung bzw. Gliederung sind häufig schwerer lesbar und erfassbar. Elemente wie etwa Absätze, Überschriften, Listen, Tabellen und Zitate strukturieren einen Text und erleichtern dessen Aufnahme.

Beispiel für strukturierten Text vs. unstrukturierten Text:

Abbildung 4: Symbolbild unformatierter bzw. unstrukturierter Text aus Wikipedia zum Thema Barrierefreiheit

Barrierefreiheit bezeichnet eine Gestaltung der Umwelt dergestalt, dass sie auch von Menschen mit Beeinträchtigungen ohne zusätzliche Hilfen genutzt und wahrgenommen werden können. Begriff: Im außerdeutschen Sprachgebrauch wird der Zustand einer Barrierefreiheit als leichte, einfache Zugänglichkeit (englisch Accessibility, spanisch Accesibilidad, französisch Accessibilité) bezeichnet. Der im deutschen Sprachraum in diesem Zusammenhang kursierende Begriff behindertengerecht wird zunehmend ungebräuchlich, da mit dieser Benennung keine umfassende Zugänglichkeit und Benutzbarkeit für alle Menschen bezeichnet werden kann. Im moderneren weiteren Sinn zielt das Prinzip der Barrierefreiheit darauf, allen Menschen, deren Möglichkeiten und Fähigkeiten nicht einem gewissen Normal entsprechen, einen adäquaten Zugang zu ermöglichen. Das umfasst körperliche und geistige Handicaps aller Art, nicht nur die Behinderungen im traditionellen Sinne, sondern auch Auswirkungen von Jugend und Alter, von Bildungsstand und Kenntnissen, bis hin zu ökonomischen und sozialen Möglichkeiten des Zugangs zu technischen Hilfsmitteln, die eine speziellere barrierefrei Gestaltung an sich unnötig machen würden. Diese weitergehende Sichtweise unterscheidet nicht mehr primär zwischen einzelnen Personengruppen, vielmehr sollen die Bedürfnisse aller Menschen berücksichtigt werden. Dieses Verständnis der Barrierefreiheit wird daher auch „Design für Alle“ oder „universelles Design“ genannt. Die Erweiterung um den kulturellen Aspekt beschreiben die Maßnahmen des Konzepts der Interkultur, mit denen kulturelle Barrierefreiheit geschaffen wird und somit Institutionen für den Umgang mit Individuen einer Gesellschaft der Vielfalt und Vielheit befähigt werden.

Abbildung 5: Symbolbild formatierter bzw. strukturierter Text aus Wikipedia zum Thema Barrierefreiheit

Barrierefreiheit

bezeichnet eine Gestaltung der Umwelt dergestalt, dass sie auch von **Menschen mit Beeinträchtigungen** ohne zusätzliche Hilfen genutzt und wahrgenommen werden können.

Begriff

Im außerdeutschen Sprachgebrauch wird der Zustand einer Barrierefreiheit als **leichte, einfache Zugänglichkeit** (englisch Accessibility, spanisch Accesibilidad, französisch Accessibilité) bezeichnet.

Der im deutschen Sprachraum in diesem Zusammenhang kursierende Begriff behindertengerecht wird zunehmend ungebräuchlich, da mit dieser Benennung keine umfassende **Zugänglichkeit und Benutzbarkeit für alle Menschen** bezeichnet werden kann. Im moderneren weiteren Sinn zielt das Prinzip der Barrierefreiheit darauf, allen Menschen, deren Möglichkeiten und Fähigkeiten nicht einem gewissen Normal entsprechen, einen adäquaten Zugang zu ermöglichen. **Das umfasst:**

- körperliche und geistige Handicaps aller Art
- nicht nur die Behinderungen im traditionellen Sinn
- sondern auch Auswirkungen von Jugend und Alter, von Bildungsstand und Kenntnissen,
- bis hin zu ökonomischen und sozialen Möglichkeiten des Zugangs zu technischen

In den WCAG 2.1 ist die Verwendung von Struktur u. a. in folgendem Punkt angemerkt:

- **1.3.1 Info und Beziehungen (Level A)**
Informationen, Struktur und Beziehungen, die über die Darstellung vermittelt werden, können durch Software bestimmt werden oder stehen in Textform zur Verfügung...⁸

Bei diesem Punkt werden Kriterien angemerkt, die einerseits technisch (beispielsweise im CMS-Rahmen von Developer*innen) eingebaut werden müssten, andererseits werden auch Kriterien angemerkt, die redaktionell (manuell) beeinflussbar sind.

Als Strukturierungselemente (neben Absätzen und Zeichenformatierungen) kommen häufig folgende zum Einsatz:

- Überschriften und Zwischenüberschriften
- Listen
- Tabellen
- etc.

4.1 Überschriften

Überschriften sind dann barrierefrei, wenn sie möglichst hierarchisch korrekt in einer Seite verwendet werden. Im Idealfall gibt es eine Hauptüberschrift <H1> die als Beschreibung der jeweiligen Seite fungiert. Danach kommen Zwischenüberschriften wie <H2>s und so weiter. In HTML stehen insgesamt sechs Überschriftenebenen zur Verfügung (<H1> bis <H6>).⁹

Eine gute Überschriftenstruktur ermöglicht nicht nur Nutzer*innen, die die Website visuell wahrnehmen ein schnelleres Erfassen der Hauptthemen des Inhalts der jeweiligen Seite. Auch Nutzer*innen, die die Website nicht visuell wahrnehmen, „screenen“ häufig schnell über den Seiteninhalt, indem sie sich die Überschriften der Seite vorlesen lassen oder schnell von Überschrift zu Überschrift springen, um einen ersten Eindruck über den Inhalt zu erhalten.

Gute Überschriften sind daher klar und aussagekräftig formuliert und geben den Nutzer*innen informative Anhaltspunkte, welche Inhalte unter ihnen zu finden sind.

⁸ <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/#info-and-relationships>

⁹ <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Understanding/headings-and-labels.html>

Beispiel für eine hierarchisch korrekte Überschriftenstruktur:

```
<H1>
  <H2>
    <H3>
      <H4>
      <H4>
    <H3>
      <H4>
      <H4>
  <H2>
    <H3>
    <H3>
  <H2>
```

Folgende Anmerkungen dazu:

- Die <H1> muss nicht zwangsläufig die erste Überschrift sein (es können vor der H1 Überschriften anderer Ebenen vorkommen)
- Es wird im Optimalfall auf jeder Seite eine <H1> verwendet.
- Mehrere <H1> werden eher vermieden. Wenn mehrere <H1> verwendet werden, sollten sie aber auch strukturell und inhaltlich Sinn ergeben.¹⁰
- Der Einsatz von verborgenen (sr-only) Strukturüberschriften wie z. B. „<H6>Hauptmenü“ etc. im Rahmen der Site wurde vor einigen Jahren in der Accessibility Community als „best practice“ gesehen. Heutzutage werden solche Struktur Überschriften eher selten verwendet v.a. auch wegen den HTML 5 Landmarks/Regionen (nav, main etc.).¹¹

4.2 Listen

Listen dienen zur Darstellung von Aufzählungen, Verzeichnissen und Strukturen. Redaktionell erlaubt fast jeder „What You See Is What You Get“ -Editor (WYSIWYG-Editor) das Einfügen verschiedener Arten von Listen.

Es gibt mehrere Arten von Listen in HTML:¹²

- Geordnete Liste ()
- Ungeordnete Liste ()
- Definitionsliste (<dl><dt></dt><dd></dd><dd></dd></dl>)

¹⁰ <https://webaim.org/projects/screenreadersurvey7/#heading>

¹¹ <https://www.w3.org/WAI/tutorials/page-structure/headings/>

¹² <https://www.w3.org/WAI/tutorials/page-structure/content/#lists>

Der Klassiker unter den Listen ist die **ungeordnete Liste**, die in der Regel als Auflistung mit „Bullet Points“ dargestellt wird. Diese Liste wird redaktionell verwendet, um einzelne, inhaltlich zusammenhängende Informationen zu präsentieren. Die **geordnete Liste** kommt zum Einsatz, wenn die Reihenfolge der gelisteten Information eine Rolle spielt. Die **Definitionsliste** wird häufig verwendet, um Begriffe mit Beschreibungen des Begriffs in Zusammenhang zu bringen, etwa in einem Glossar.

Beispiele für Listen:

Ungeordnete Liste (z. B. Suchmaschinen)

- Google
- Bing
- DuckDuckGo

Geordnete Liste (z. B. Verbreitung von Suchmaschinen)

1. Google
2. Bing
3. DuckDuckGo

Definitionsliste (z. B. Beschreibung von Begriffen)

WCAG (dt)

Web Content Accessibility Guideline (dd)

Zugänglichkeitsrichtlinien für Webinhalte (dd)

WAI (dt)

Web Accessibility Initiative (dd)

Tipp: beim Erstellen von Listen die jeweiligen Methoden des CMS/WYSIWYG-Editors verwenden. Listen eignen sich gut, um Inhalte (barrierefrei) zu strukturieren. Aber nur, wenn sie nicht zu tief verschachtelt werden (max. 3 Ebenen), da der Inhalt dadurch für Nutzer*innen, die diesen nicht visuell wahrnehmen, unübersichtlich werden kann.

4.3 Tabellen

Tabellen dienen zur Darstellung von Daten. In vielen WYSIWYG-Editoren können Tabellen ähnlich wie in Word eingefügt werden

Abbildung 6: Symbolbild Tabelle (3 Spalten: Datum, Veranstaltung und Ort. 3 Zeilen, die fiktive Konzerte darstellen)

kommende Veranstaltung:

Datum	Veranstaltung	Ort
12. Februar	Mozart	Konzerthaus
24. März	Bach	Musikverein
14. April	Wanda	Stadthalle

HTML Code der betreffenden Tabelle:

```
<table>
  <caption>kommende Veranstaltung:</caption>
  <tr>
    <th>Datum</th>
    <th>Veranstaltung</th>
    <th>Ort</th>
  </tr>
  <tr>
    <td>12. Februar</td>
    <td>Mozart</td>
    <td>Konzerthaus</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>24. März</td>
    <td>Bach</td>
    <td>Musikverein</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>14. April</td>
    <td>Wanda</td>
    <td>Stadthalle</td>
  </tr>
</table>
```

4.3.1 Bei der Erstellung einer Tabelle

- Kopfzellen immer auszeichnen (<th>)
- Tabellen eher einfach halten. Keine zu komplexen Tabellen-Verschachtelungen anwenden. Leere und verbundene Zellen vermeiden.
- Die Tabellenüberschrift (wenn notwendig) über das Caption-Element einfügen.
- Die Tabellenzusammenfassung (wenn notwendig) über aria-describedby einfügen (Summary-Attribut ist deprecated)

Tipp: Einfach strukturierte Tabellen sind zumeist relativ einfach über WYSIWYG-Editoren erstellbar. Sollte eine komplexere Tabellenkonstruktion notwendig werden, sind die unter <https://www.w3.org/WAI/tutorials/tables/> abrufbaren Infos empfohlen.

5 LINKS

In den WCAG 2.1 ist die Verwendung von Links u. a. in folgendem Punkt angemerkt:

- **2.4.4 Linkzweck im Kontext (Level A)**
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. ¹³

Links sind dann barrierefrei, wenn sie für sich alleinstehend aussagekräftig sind. Nutzer*innen, die den Inhalt nicht visuell wahrnehmen, tabben häufig in einer Seite von Link zu Link. Wenn der Tab-Fokus auf einen Link kommt, ist so im Idealfall durch den Linktext das Linkziel klar erkennbar.

Links wie „Informationen zu WCAG finden Sie hier“ oder „mehr zur WCAG“ sind nicht ideal. Besser wäre hier, WCAG mit in den Link zu nehmen, beispielsweise in Form von „Informationen zur WCAG“. Die WCAG erlauben allerdings aber auch solche „mehr“-Links, wenn bestimmte Kriterien zutreffen (title-attribut, aria-label, sr-only Text, Link kombiniert mit , <p> oder <td> etc.). Siehe dazu den Abschnitt „Identifying the purpose of a link using link text combined with programmatically determined link context using one of the following techniques“ auf der [Website der WCAG beim Punkt 2.4.4 Linkzweck im Kontext](#).

¹³ <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/?showtechniques=314%2C244#link-purpose-in-context>

Weitere Tipps zu Links:

- Externe Links in einem neuen Fenster (target=“_blank”) mit dem Titelattribut des Link Elements (title=“Link in neuem Fenster”) kennzeichnen.
- Bei Links auf Dateien im Linktext oder wieder im Titelattribut des Link Elements (title=“PDF, 20 KB”) das Format darstellen (oder generell eine Info, dass es sich um eine Datei handelt).
- Bei der Verwendung von zusammengehörigen Bildern und Text, die das gleiche Linkziel haben, etwa bei Teasern, Artikelanreißern etc. einen einzelnen gemeinsamen Link um die Elemente, mehreren einzelnen Links vorziehen.¹⁴
- Wird ein Bild verlinkt (ohne weiteren Linktext), im Alternativtext des Bildes auf das Linkziel Bezug nehmen (oder z. B. im Titelattribut des Links).
- Bei der Linkbezeichnung über eine Seite hinweg wenn möglich, relativ konsistent mit dem Linkziel sein. Zwei gleichlautende Links mit unterschiedlichen Linkzielen sind nicht ideal. Umgekehrt sind auch zwei unterschiedlich lautende Links mit gleichem Linkziel nicht ideal.

6 SPRACHE

Je nach Zielgruppe der Website kann überlegt werden, den Inhalt der Site in „einfacher Sprache“ oder zusätzlich in „leichter Sprache“ anzubieten.

Die Richtlinie über den barrierefreien Zugang zu den Websites und mobilen Anwendungen öffentlicher Stellen der Europäischen Kommission schreibt „einfache“ oder „leichte Sprache“ allerdings nicht vor, da es sich hierbei um ein AAA-Kriterium der WCAG handelt.

6.1 Einfache Sprache

Die „einfache Sprache“ ist eine sprachlich vereinfachte Version der Standardsprache oder Fachsprache. Der Sprachstil ist einfacher, klarer und verständlicher.¹⁵

Die „einfache Sprache“ wird bei einigen Websites als grundlegender Stil der Inhaltsdarstellung verwendet. Die Stadt Wien versucht beispielsweise grundsätzlich

¹⁴ <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/Techniques/html/H2.html>

¹⁵ https://de.wikipedia.org/wiki/Einfache_Sprache

ihre Inhalte in einer weniger komplexen, verständlichen Sprache (Stufe B1)¹⁶ zu präsentieren, siehe <https://www.wien.gv.at/leichtlesen>.

Einfache Sprache wird auch häufig als Stil von Boulevardmedien eingesetzt. Diese Sprache richtet sich an weite Teile der Bevölkerung und weniger an spezifische Zielgruppen.

In den WCAG 2.1 ist die Verwendung von einfacherer Sprache v. a. in folgendem Punkt angemerkt:

– **3.1.5 Leseniveau (Level AAA)**

Wenn der Text nach der Entfernung von Eigennamen und Titeln Lesefähigkeiten voraussetzt, die über das Niveau der niedrigen, sekundären Schulbildung hinausgehen, dann gibt es ergänzenden Inhalt oder eine Version, die keine über die niedrige, sekundäre Schulbildung hinausgehenden Lesefähigkeiten verlangt.¹⁷

Dieser Punkt der WCAG kann auf mehrere Arten erfüllt werden, etwa durch die „Bereitstellung einer gesprochenen Version des Textes“ (also z. B. eines Vorleseservices), durch die Bereitstellung des Textes in einer einfacheren Sprache. Siehe dazu die [WAI Kriterien für das Verfassen eines Textes in „einfacher Sprache“](#).

6.2 Leichte Sprache

Was bedeutet eigentlich „leichte Sprache“?

- Es handelt sich um eine besonders geregelte „einfache Sprache“.
- Sie richtet sich an Menschen welche aus unterschiedlichen Gründen über eine geringe Kompetenz in der deutschen Sprache verfügen.¹⁸
- Sie richtet sich somit an Personen einer klar definierten Zielgruppe, etwa Menschen mit Lernbehinderung, Personen mit nicht deutscher Muttersprache, einer niedrigen Lesekompetenz etc.
- Sie kann als vereinfachte Form der „einfachen Sprache“ gesehen werden. Verwendet werden häufig sehr kurze Sätze und Illustrationen, vermieden werden komplizierte Wörter und Satzstellungen.

Um das Verfassen von Texten in „leichter Sprache“ zu erlernen, werden von unterschiedlichen Institutionen/Agenturen Kurse angeboten. Solche Institutionen bieten teilweise auch ein Übersetzungsservice an.

Bei einigen Websites wird über einen „Leseniveau-Wechsler“ die „leichte Sprache“ zusätzlich zur Standard Sprache angeboten.

¹⁶ https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinsamer_europäischer_Referenzrahmen_für_Sprachen

¹⁷ <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/>

¹⁸ https://de.wikipedia.org/wiki/Leichte_Sprache

Regeln für das Verfassen eines Textes in leichter Sprache siehe z. B. <https://www.leichte-sprache.org/die-regeln/>

7 WEITERE REDAKTIONELLE ASPEKTE

- **Sprachwechsel (3.1.2 Language of Parts – Level AA)**
Wenn es einen Wechsel in der Sprache im Inhalt gibt, diese fremdsprachigen Passagen mit lang= auszeichnen
Beispiel: `English Content`
- **Sensorische Informationen (1.3.3 Sensory Characteristics – Level A)**
Angabe von sensorischen Informationen vermeiden z. B. „klicken Sie auf den grünen Kreis“
- **Abkürzungen (3.1.4 Abbreviations – Level AAA)**
Erklärung von Abkürzungen z. B. textlich oder über das `<abbr title="">` Element vornehmen
Beispiel textlich: WKO (Wirtschaftskammer Österreich)
Beispiel abbr: `<abbr title="Wirtschaftskammer Österreich">WKO</abbr>`
- **Video Captions (1.2.2 Video Captions – Level A)**
Aufgezeichnete Videos benötigen Untertitel, die der Audiospur des Videos entsprechen. Bei manchen Videoanbietern (wie z. B. YouTube) ist die Erstellung von Untertiteln relativ einfach möglich. Vgl. dazu auch unsere [Tipps für barrierefreie Multimedia-Inhalte](#).
- **Video Transkript (1.2.3 Audio Description or Media Alternative – Level A) bzw. Audiodeskription (1.2.5 Audio Description – Prerecorded – Level AA)**
Für relevante rein visuelle Videoinhalte eine Audiodeskription oder ein Transkript bereitstellen. Vgl. dazu auch unsere [Tipps für barrierefreie Multimedia-Inhalte](#).

Tipp: Die Aspekte der redaktionellen Barrierefreiheit sind auch in Dokumenten (z. B. Microsoft Word, Microsoft PowerPoint, Adobe PDF), mobilen Anwendungen und anderen digitalen Produkten anwendbar. Die Regeln der WCAG 2.1 gelten auch hier. Die jeweiligen redaktionellen Umsetzungsmöglichkeiten unterscheiden sich je nach eingesetzter Technik.

8 CHECKLISTE: DIE WICHTIGSTEN PUNKTE IM ÜBERBLICK

Abschließend möchten wir Ihnen eine Checkliste zur Hand geben, welche alle besonders relevante Schritte beim Einpflegen von Content umfasst. Alle Punkte der Checkliste sind mit Links versehen, welche Sie bei Rückfragen direkt zu den Erläuterungen im entsprechenden Kapitel führen.

- ✓ [Wurden alle Bilder und andere „nicht Text-Elemente“ ausreichend beschrieben?](#)
- ✓ [Wurde auf korrekte Strukturierung geachtet?](#)
- ✓ [Stimmt die Überschriften-Hierarchie?](#)
- ✓ [Sind Aufzählungen und Nummerierungen richtig ausgewiesen?](#)
- ✓ [Sind Aufbau und Strukturierung von Tabellen klar definiert und wurden die inhaltlich erklärenden Zusatzinformationen hinterlegt?](#)
- ✓ [Wurden Hyperlinks einheitlich und korrekt formatiert und festgelegt?](#)
- ✓ [Wurden Textinhalte einfach und verständlich formuliert?](#)
- ✓ [Sind fremdsprachige Passagen als solche gekennzeichnet?](#)
- ✓ [Wurden wichtige inhaltliche Informationen nicht ausschließlich visuell hervorgehoben?](#)
- ✓ [Haben aufgezeichnete Videos Untertitel und Audiodeskriptionen?](#)

9 IMPRESSUM UND KONTAKT

Wir hoffen, dass Ihnen dieses Dokument einen ersten Überblick über die redaktionellen Aspekte der Barrierefreiheit geben konnte. Weiterführende Hinweise wie Sie die Barrierefreiheit Ihrer Website verbessern können, gibt die [WCAG Quick Reference](#).

Für Fragen wenden Sie sich bitte an das Team Digitale Barrierefreiheit der FFG

Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH
Sensengasse 1, 1090 Wien
Tel +43 (0) 5 77 55 - 7125
wzg@ffg.at
www.ffg.at/digitale-barrierefreiheit

Dieses Dokument wurde in Zusammenarbeit mit der Firma „[doloops accessible web technologies GmbH](#)“ erstellt und wird als Service zur Verfügung gestellt.

Angaben ohne Gewähr. Alle Rechte vorbehalten.

Das Dokument erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und formelle Gültigkeit. Manche der beleuchteten Punkte sind formell so nicht exakt in den WCAG Richtlinien enthalten. Diese Punkte verstehen sich als Erfahrungswerte und mögliche „best practice“ Empfehlungen der Autor*innen.

Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH FFG

2. Auflage Wien, 20.05.2021