

Schulung Accessibility

Herzlich willkommen

Es begrüsst Sie: **Mathias Gamper**, Lead Design & Frontend



Ablauf

Inhalt

- > Ausgangslage & Ziel
- > Begriffserklärung
- > Zielgruppen
- > Rechtliche Grundlagen
- > Technische Grundlagen
- > Film
- > Checkliste
- > Praxisbeispiele
- > Fragen & Antworten

Ausgangslage & Massnahmen

Ausgangslage

- > Interpellation an den Stadtrat betreffend «Barrierefreies Frauenfeld – mindestens online» vom 16.6.2021
- > Accessibility Quicktests der Stiftung «Zugang für alle»
- > Ergebnis: 8.5 von 12 möglichen Punkten; «gute Barrierefreiheit»

Massnahmen

- > diverse Sofortmassnahmen auf der Website
- > Erneute Schulung und Sensibilisierung der Web-Redaktoren

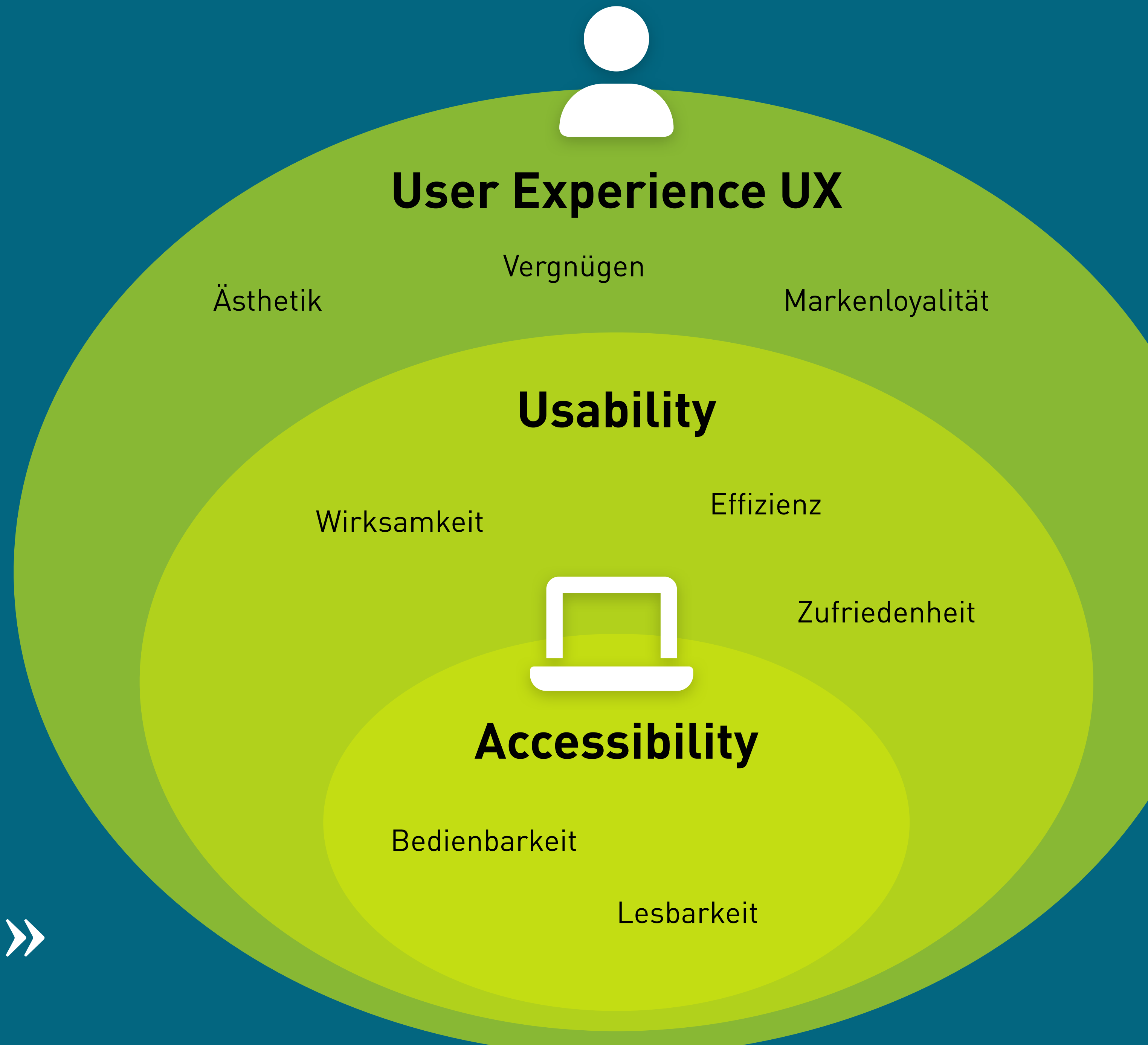
Accessibility?

Andere gängige Begriffe

- > A11Y , #a11y
- > Barrierefreiheit
- > Zugänglichkeit

Accessibility?

«Accessibility ist die Kunst, Websites so aufzubauen, dass **jeder** sie nutzen und lesen kann.»



Jeder?

Zielgruppen

- > blinde Menschen
- > sehbehinderte Menschen
- > farbenfehlsichtige/farbenblinde Menschen
- > gehörlose oder schwerhörige Menschen
- > motorisch behinderte Menschen
- > lernbehinderte Menschen
- > ... und wir alle!

Jeder?



Blinde Menschen

- > arbeiten ausschliesslich mit der Tastatur
- > verwenden Unterstützungstechnologie oder «assistive Technologie»
- > benutzen eine Software, die ihnen den Bildschirminhalt vorliest (Screenreader)
- > lassen die Inhalte in Braille-Schrift ausgeben

Jeder?



Sehbehinderte Menschen

- > stellen im Browser die Schrift grösser
- > benutzen eine Software, die ihnen einen Bildschirmausschnitt stark vergrössert (Bildschirmlupe)

Jeder?



Farbenfehlsichtige oder farbenblinde Menschen

- > sind darauf angewiesen, dass Inhalte nicht nur farblich unterschieden werden können

SBB-Tageskarte Gemeinde

Februar 2022							→
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO	
31	1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26	27	
28	1	2	3	4	5	6	

Ausgewähltes Reisedatum: 11.02.2022

Anzahl Tageskarten

1 Tageskarte

Zum Warenkorb hinzufügen

Sehchwäche)

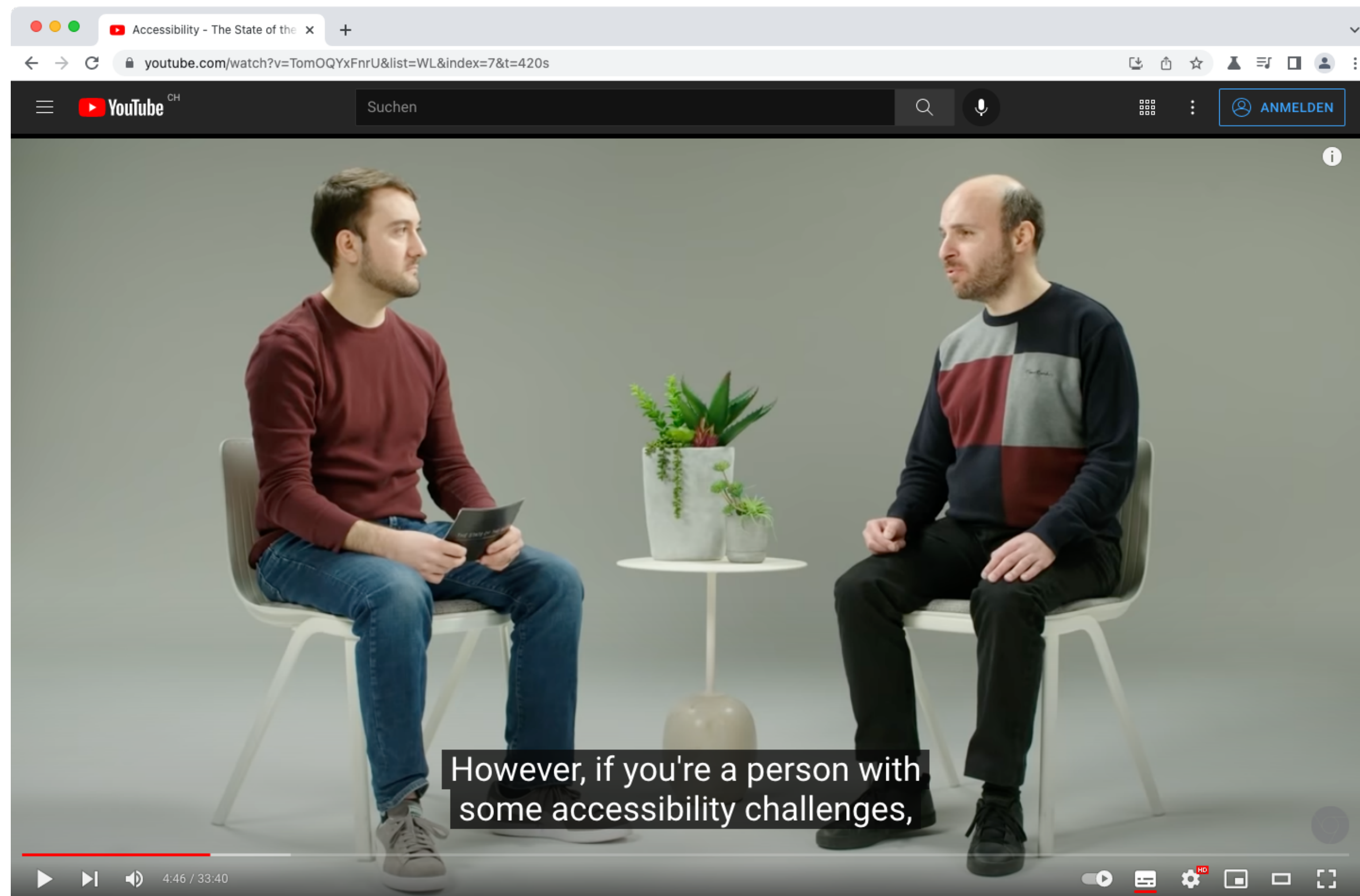
Sehchwäche)

Jeder?

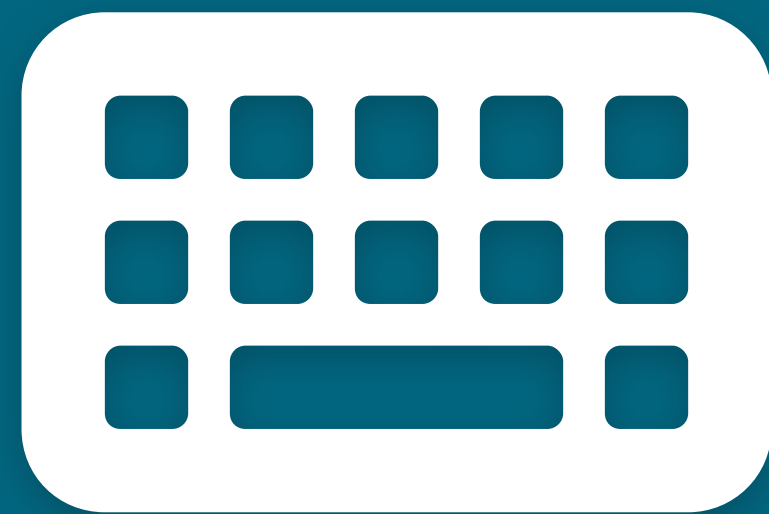


Gehörlose oder schwerhörige Menschen

- > sind bei audiovisuellen Inhalten auf Textalternativen (Untertitel, Transkript) angewiesen



Jeder?



Motorisch behinderte Menschen

- > können keine normale Maus bedienen
- > arbeiten mit Mausersatz, zB. spezieller Joystick oder Tastatur

Jeder?

Menschen mit Lernschwierigkeiten und kognitiv oder geistig behinderte Menschen

> sind auf «leichte Sprache» angewiesen



Jeder?



Accessibility betrifft uns alle irgendwann.

- > ältere Menschen
- > mobile Menschen
- > temporär eingeschränkte Menschen

Film



Gesetzliche Grundlagen

- > UNO-BRK

Behindertenrechtskonvention

- > Bundesverfassung

Diskriminierungsverbot

- > Bundesgesetz über die Beseitigung von Benachteiligungen von Menschen mit Behinderungen

Behindertengleichstellungsgesetz, BehiG

Behinderten- gleichstellungsgesetz (BehiG)

seit 1.1.2004

Das Gesetz hat zum Zweck, Benachteiligungen zu verhindern, zu verringern oder zu beseitigen, denen Menschen mit Behinderungen ausgesetzt sind.

Es gelangt nach Art. 3 auf alle Dienstleistungen zur Anwendung, die «grundsätzlich von jedermann beanspruchbar [...]» sind.

Folglich fällt im Grundsatz jeder Erbringer von allgemein zugänglichen Dienstleistungen in den Geltungsbereich des BehiG.

Soweit sie öffentlich zugänglich sind, werden **Angebote auf dem Internet, Mobile Apps, Web-Applikationen** sowie **elektronische Dokumente** alle vom BehiG erfasst.

Technische Grundlagen

- > Schweizer Accessibility Standards (beispielsweise eCH-0059)
- > Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1

Basis der Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1

4 Prinzipien

13 Richtlinien

78 Erfolgskriterien

Wahrnehmbarkeit

Textalternativen

Stellen Sie Textalternativen für alle Nicht-Text-Inhalte zur Verfügung, sodass diese in andere vom Benutzer benötigte Formen geändert werden können, wie zum Beispiel Großschrift, Braille, Symbole oder einfachere Sprache.

Zeit-basierte Medien

Stellen Sie Alternativen für zeit-basierte Medien zur Verfügung.

Anpassbar

Erstellen Sie Inhalte, die auf verschiedene Arten dargestellt werden können (einfacheres Layout), ohne dass Informationen oder Struktur verloren gehen.

Unterscheidbar

Machen Sie es Benutzern leichter, Inhalt zu sehen und zu hören einschließlich der Trennung von Vorder- und Hintergrund.

Per Tastatur zugänglich

Sorgen Sie dafür, dass alle Funktionalitäten per Tastatur zugänglich sind.

Ausreichend Zeit

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

Anfälle

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

Navigierbar

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

Eingabe Modalitäten

Erleichtern Sie den Benutzern die Bedienung über verschiedene Eingaben über die Tastatur hinaus.

Lesbar

Machen Sie Inhalt lesbar und verständlich.

Vorhersehbar

Sorgen Sie dafür, dass Webseiten vorhersehbar aussehen und funktionieren.

Hilfestellung bei der Eingabe

Helfen Sie den Benutzern dabei, Fehler zu vermeiden und zu korrigieren.

Bedienbarkeit

Verständlichkeit

Robustheit

Kompatibel

Maximieren Sie die Kompatibilität mit aktuellen und zukünftigen Benutzeragenten, einschließlich assistierender Techniken.

WCAG 2.1

Erfolgskriterien & Konformitätsstufen

Die WCAG 2.1 umfassen 78 Erfolgskriterien. Diese wiederum sind in drei Konformitätsstufen eingeteilt:

- > Stufe A
Grundlegende Barrierefreiheit, höchste Priorität
- > Stufe AA
Gute Barrierefreiheit, mittlerer Priorität
- > Stufe AAA
Sehr gute Barrierefreiheit, mittlerer Priorität

Gemeinhin sind die Kriterien der Stufen A und AA gefordert. Sie entsprechen der aktuellen Gesetzgebung.

Zuständigkeiten

backslash AG

- > generelle Website-Bedienebarkeit, Templates
- > Module/Applikationen im Frontend

Stadt Frauenfeld

- > alle Inhalte (Seiten, Dokumente, Medien)

Checkliste für die Redaktoren

BACKSLASH

artists of new media

backslash AG
Internetagentur
Zürcherstrasse 300
8500 Frauenfeld

T 052 723 58 40
www.backslash.ch
info@backslash.ch

TKB Frauenfeld
IBAN: CH69 0078
4152 0500 2750 5

Accessibility – Quick-Check für GOViS-User

Accessibility?

Accessibility – auch Zugänglichkeit oder Barrierefreies Webdesign genannt – ist die Kunst, Webseiten so zu gestalten, dass jeder sie nutzen und lesen kann.

- 1 Inhaltsgliederung**
Inhalte werden durch Überschriften und Textabschnitte sinnvoll gegliedert.
- 2 Hierarchie in Überschriften einhalten**
Die Überschriften geben die Inhaltstruktur korrekt wieder und ihre Hierarchie wird gewahrt (nach «Überschrift 1» folgt nicht eine «Überschrift 3»).
- 3 Aufzählungen als Listen**
Für Aufzählungen werden die Listen-Elemente verwendet.
- 4 Schrift linksbündig**
Text auf der Inhaltsseite ist linksbündig ausgerichtet. Blocksatz wird vermieden.
- 5 Textauszeichnungen**
Wichtige Textpassagen werden durch *kursive* (= Betonung) oder **fette** (= starke Betonung) Auszeichnungen hervorgehoben. **Farbe** oder unterstrichene Formatierungen sollten stets Links vorbehalten bleiben.

Benutzer ohne weiteren Kontext ihr Ziel

Checkliste für die Redaktoren

- > Inhaltsgliederung und Hierarchie
- > Schrift
- > Aufzählungen
- > Textauszeichnungen
- > Links
- > Dokumente
- > Bilder
- > Tabellen

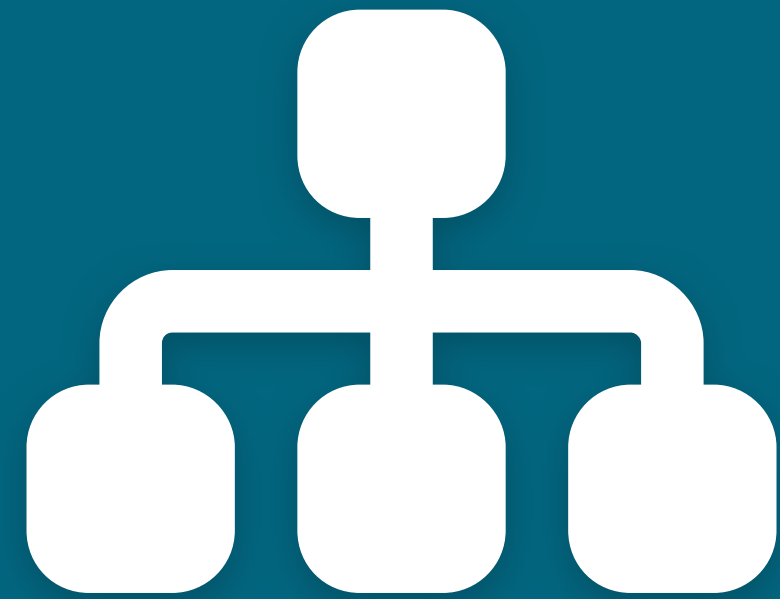
Checkliste für die Redaktoren



#1 Inhaltsgliederung

- > Inhalte werden durch Überschriften und Textabschnitte sinnvoll gegliedert.
- > Überschriften werden nicht durch fett formatierte Textzeilen ersetzt.
- > Zeilenschaltungen ersetzen keine Textabsätze.
- > Es gibt keine leeren Elemente (beispielsweise Textabsätze) auf der Seite.

Checkliste für die Redaktoren

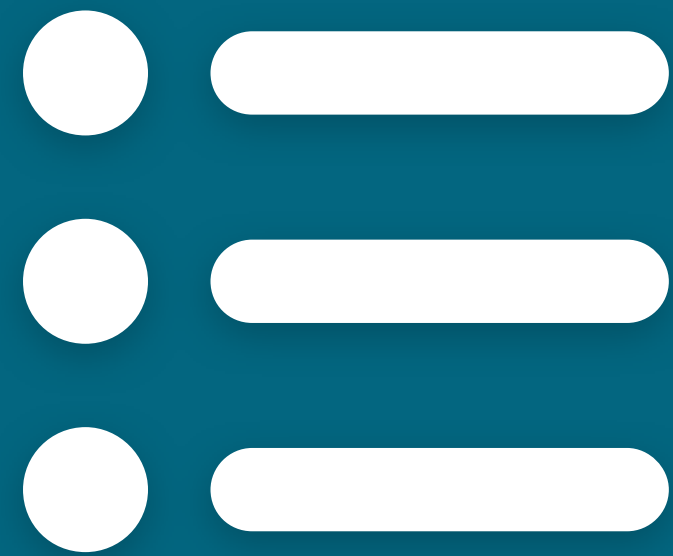


#2 Inhalts-Hierarchien abbilden und einhalten

- > Überschriften werden nicht nach ihrem Aussehen, sondern nur nach der passenden Hierarchie ausgewählt.
- > Die Überschriften geben die Inhaltsstruktur korrekt wieder und ihre Hierarchie wird gewahrt.

Nach einer «Überschrift 1» folgt also nie eine «Überschrift 3».

Checkliste für die Redaktoren



#3 Listen sind dein Freund

- > Für Aufzählungen wird immer das Listen-Element verwendet.
- > Wenn es nacheinander 2× das gleiche gibt, ist es wahrscheinlich eine Liste.
Aufzählungen in Traktandenlisten, Linksammlungen am Ende einer Seite, mehrere Dokumente zum Download, ...
- > Listen sind optisch einfacher zu scannen und redaktionell schneller aufbereitet.

Checkliste für die Redaktoren



#4 Schrift

- > Text auf der Inhaltsseite ist linksbündig ausgerichtet.
Blocksatz wird vermieden.

Checkliste für die Redaktoren

B

#5 Textauszeichnungen

- > Wichtige Textpassagen werden durch *kursive* (= Betonung) oder **fette** (= starke Betonung) Auszeichnungen hervorgehoben.
- > **Farbe** oder unterstrichene Formatierungen sollten stets Links vorbehalten bleiben.

Checkliste für die Redaktoren



#6 Links

- > Links sind so zu beschriften, dass sie dem Besucher ohne weiteren Kontext ihr Ziel verdeutlichen.
- > Allgemeine Link-Beschriftungen wie «[hier klicken](#)» werden vermieden.

Checkliste für die Redaktoren



#7 Dokumente

- > Dokumente-Links werden mit den Angaben zu Dateigrösse und Dateityp platziert.

[Organigramm \[PDF, 150kb\]](#)

! Achtung

- > Dokumente unterliegen den gleichen Vorgaben in Sachen Barrierefreiheit und müssen entsprechend aufbereitet sein.
- > Auf Dokumente soweit als möglich verzichten, wenn nicht unbedingt nötig.

Checkliste für die Redaktoren



#8 Bilder

- > Bilder sind mit einer kurzen, aussagekräftigen Beschreibung versehen.

Diese wird üblicherweise als «Alternativtext», «Alt-Text» oder «Bildbeschreibung» bezeichnet. Für den sehenden Benutzer ist dieser Text nicht sichtbar.

- > Im Alternativ-Text muss nicht genannt werden, dass es ein Bild ist – das weiss ein Screenreader bereits und gibt dies auch aus.
- > Eine Legende kann ein Bild ergänzen, ersetzt aber in der Regel nicht den Alternativtext.
- > Nur bei rein dekorativen Bildern kann der Alternativ-Text auch explizit leer gelassen werden. Ein solches Bild wird dann vom Screenreader ignoriert.
- > Texte in Bildern sind für Blinde unsichtbar und sollte vermieden werden. Falls unumgänglich (zB. ein grafisches Banner), muss dieser Text als Alternativtext ergänzt werden.

Checkliste für die Redaktoren



#9 Tabellen korrekt verwenden

- > Tabellen werden ausschliesslich für tabellarische Daten verwendet.
- > Jeder Datensatz bekommt sein eigenes Tabellenfeld.
- > Tabellen werden nicht für Layout-Zwecke missbraucht.

Checkliste für die Redaktoren



#10 Tabellen korrekt beschriften

- > Tabellen besitzen immer eine Kopfzeile
= Beschriftung in erster Zeile und/oder Spalte
- > Insbesondere bei komplexeren Tabellen sollte eine Tabellen-Überschrift vorhanden sein.

Checkliste für die Redaktoren



#11 Sprache, Textverständlichkeit

- > Einfachheit: Inhalte sollen in der einfachsten Sprache angeboten werden.
- > Gliederung: Ein Gedanke pro Satz, die Inhalte sind gut strukturiert.
- > Prägnanz: Konkret statt abstrakt. Anschaulich und lebensnah.
- > Anregung: Erklärende Illustrationen ergänzen den Text-Inhalt.

Praxisteil

GOVⁱS

THE SWISS
E-GOVERNMENT
EDITION

Testen

Basics

- > Text markieren und so unnötige/leere Textzeilen aufspüren.
- > Text im Browser auf 200% vergrössern.
Bleibt das Layout intakt, funktionieren die Inhalte noch?
- > Via Tabulator durch die Website Navigieren.
Bekommen alle Links und interaktiven Elemente einen sichtbaren Fokus?
- > Seite auf Mobilgerät prüfen oder Browser-Fenster verkleinern.
Funktioniert alles noch und wird der Inhalt korrekt dargestellt?

Fortgeschritten

- > Zusätzlich Browser-Entwicklungstools und Erweiterungen verwenden

Seiten der Teilnehmer

Coni

- > <https://www.frauenfeld.ch/portraet/quartiersgrenzen.html/124>
- > <https://www.frauenfeld.ch/politik-verwaltung/verwaltung/stadtverwaltung/departement-fuer-finanzen-und-zentrales/kommunikation-und-wirtschaftsfoerderung/stadtmarketing-und-wirtschaftsfoerderung.html/1532>

Q&A- Sammlung

> Können wir eine 100% barrierefreie Seite erreichen?

Leider kaum. Einerseits ist es kaum möglich alle Inhalte einer Website allen Tests zu unterziehen, andererseits können sich die Bedürfnisse der Betroffenen sehr stark unterscheiden.

Kommt hinzu, dass Barrierefreiheit – oder deren Erfüllungsgrad – immer nur eine Momentaufnahme ist.

Unser Ziel muss es aber sein, unsere Inhalte bewusst im Sinne der Accessibility zu integrieren und so möglichst **barrierearme** Inhalte zur Verfügung zu stellen.

Fazit

- > Nicht jeder hat eine Behinderung.
Aber fast jeder profitiert von Barrierefreiheit.