

Das Mehr-Sinne-Prinzip in der digitalen Welt

Nicht alles auf eine Karte setzen!

- Was ist das Mehr-Sinne-Prinzip?
- Wo lässt es sich anwenden?

Auf den ersten Blick...

Richten sich Webseiten vor allem an den Sehsinn:

- Text
- Fotos
- Symbole
- Video und Audio
- Grafische Gestaltung, Layout

Gute Voraussetzungen

- Die Bestandteile einer Webseite
- Mehr-Sinne-Prinzip und assistive Software

Die Mehr-Sinne-Toolbox

Wie kann man visuelle Informationen für andere Sinneskanäle zugänglich machen?

Einige Beispiele:

- Information, die in Bildern steckt
- Information, die im grafischen Layout steckt
- Information, die in optischen Eigenschaften steckt

Fotos, Videos und grafische Symbole

Die Mehr-Sinne-Toolbox, Folge 1

Vorüberlegungen zu Information in Bildern

Gibt es Information, die nur im Bild ist und nicht im Text?

- Ja: „informative Bilder“
- Nein: „dekorative Bilder“
- Sonderfall: grafische Links und Schaltflächen („funktionale Bilder“)

Beispiele für Information in Bildern

- Logo und verlinktes Logo
- Schalter „in den Warenkorb“

Strategie: Alternativen bieten

- Informationstragende Bilder kurz beschreiben („Alternativtext“)
- Bei Bildlinks Linkziel angeben
- Bei grafischen Schaltflächen ausgelöste Aktion angeben

Layout und grafische Gliederung

Die Mehr-Sinne-Toolbox, Folge 2

Vorüberlegungen zu Information im Layout

Ist im Layout eine Gliederung des Inhalts erkennbar? Zum Beispiel:

- Seitenbereiche mit verschiedener Hintergrundfarbe
- Überschriften
- Listen
- Tabellen...

Gibt es Schaltflächen, Kontrollkästchen, Eingabefelder... ?

Beispiele für Information im Layout

- Überschriften
- Kontrollkästchen

Strategie: Struktur-Informationen geben

- Formatvorlagen / HTML-Tags verwenden
- Beschriftungen für Formularfelder im HTML-Code hinterlegen

Optische Eigenschaften von Elementen

Die Mehr-Sinne-Toolbox, Folge 3

Vorüberlegungen zu Information in optischen Elementen

Hier geht es um optische Eigenschaften von Elementen, z.B.

- die Form einer Schaltfläche
- Die Position eines Links am Bildschirm
- Die Farbe eines verlinkten Wortes im Text

Beispiele für Information in optischen Elementen

- „Für weitere Infos zum Produkt klicken Sie auf den grünen Pfeil!“
- „Links oben finden Sie einen Download-Link für diese Broschüre.“
- Kennzeichnung von Links: nur Farbe oder Farbe + Unterstreichung

Strategie: Für Redundanz sorgen

- Zur Identifikation eines Elements nicht nur optische Eigenschaften nutzen
- Zum Übermitteln von Information nicht nur Farbe nutzen

Mehr-Sinne-Strategien

- Alternativen bieten
- Strukturinformationen geben
- Redundanz schaffen

... damit möglichst viele die neuen Wege
gehen können!