



Zugang zu Webstandards

Die folgende Artikelserie erschien auf bs-markup.de. Der Link zum ersten Teil der Onlineversion der Serie: [Zugang zu Webstandards Teil 1](#). Kommentare zur Serie, die online zu finden sind, [enthalten weitere interessante Anregungen der Leser](#).

Zugang zu Webstandards - Teil 1

2.6.2006 in [Webstandards](#)

Viele Webdesigner wissen, welche Rolle die standardkonforme Entwicklung für die Qualität von Websites spielt - z.B. die [Webkrauts](#). Unter anderem stehen Webstandards für schlanken und gut zu wartenden Quellcode und bilden zudem eine gute Basis für Browser übergreifende Funktion und sparsamen Ressourceneinsatz. Außerdem können sie eine Grundlage für möglichst barrierefreie Websites legen. Doch besteht zwischen Webstandards und Barrierefreiheit kein wirklich direkter Zusammenhang. Hier spielen verschiedene weitere Faktoren eine Rolle. Standardkonform ist nicht gleich barrierefrei, aber schon ein erster Ansatz. Ein entscheidender zudem. Denn meiner Meinung nach, ist die Entwicklung möglichst barrierearmer Websites, nicht ohne ein bestimmtes Qualitätsbewusstsein im Bezug auf den Quelltext einer Website machbar.

Die oft so genannten *Entscheider* haben mittlerweile auch mitbekommen, dass Webstandards und vor allem Barrierefreiheit ein wichtiges Ziel sind, wenn es darum geht, erfolgreiche Websites zu betreiben. Die Frage ist nur: Wie findet man den Einstieg in die recht komplexe Thematik, wenn semantischer Code und barrierearme Gestaltung von Webinhalten bisher keine Rolle gespielt haben? Was für den einzelnen Webdesigner organisatorisch relativ unkompliziert abläuft - Bücher oder Tutorials lesen und probieren -, gestaltet sich im multipersonalen Umfeld in einem Unternehmen etwas schwieriger. Deshalb müssen Entscheider, die über die Budgets verfügen, oft zunächst davon überzeugt werden, *warum* man standardkonform entwickelt und welche Vorteile sich daraus ergeben.

Diese Serie soll aufzeigen, wie der Kurswechsel im Unternehmen gelingen kann. Gewinner am Ende dieses, oft auch holprigen, Wegs sind die Unternehmenswebsites, deren Besucher und schließlich das Unternehmen.

Alle Rechte vorbehalten. Autor dieses Textes ist Björn Seibert, Betreiber der Website www.bs-markup.de. Der Text ist für die nichtkommerzielle Nutzung frei, eine Vervielfältigung ist nur mit Erlaubnis des Autors möglich.

Juli 2006, Online: www.bs-markup.de, Kontakt: info@bs-markup.de

Webstandards und semantischer Quellcode

Der Begriff Webstandards ist sehr abstrakt und lässt sich nicht in wenigen Worten fassen. Auf der einen Seite hat man die offiziellen Empfehlungen des W3C wie etwa für [XHTML 1](#) oder [CSS 2.1](#). Auf der anderen Seite definieren diese reinen Spezifikationen nur selten, wie man die Standards am geschicktesten einsetzt. Wirklich standardkonformer (X)HTML-Code ist die Kombination aus validem (X)HTML einerseits und seinem sinnvollen Einsatz andererseits. Gerade der zweite Punkt, die Semantik des Quellcodes, erfordert einiges an Erfahrung im Umgang mit den zur Verfügung stehenden Elementen in (X)HTML und Nachdenken über ihren Verwendungszweck. Was damit gemeint ist, sollen einige Texte verdeutlichen:

- [Vorteile von Webstandards für Ihre Besucher, Ihre Kunden und Sie selbst](#) (dt. Übersetzung)
- [Zehn Gründe für das Erlernen und Anwenden von Webstandards](#) (dt. Übersetzung)
- [Was jeder Website-Besitzer über Webstandards wissen sollte](#)

Diese Liste enthält eine Reihe von wichtigen Informationen darüber, warum und wie man standardkonformen Code einsetzen sollte, um qualitativ *bessere* Websites produzieren zu können. Es sind dazu eine Reihe weiterer Texte veröffentlicht worden. So z.B. im Rahmen des [Webkrauts Adventskalender 2005](#). Wir Webdesigner und -entwickler, die sich bereits jahrelang mit der Thematik befassen, können damit gut umgehen. Diese Texte haben allerdings - vor allem auf Grund ihrer Ausführlichkeit - eines gemeinsam. Sie sind teilweise noch zu technisch und nicht wirklich greifbar. Sie sind in erster Linie für Webdesigner geschrieben, die vor allem das nötige technische Know-How mitbringen. Sie eignen sich in dieser Form vor allem dann nicht, wenn es darum geht, die Vorgesetzten oder Projektleiter von der *guten Sache* zu überzeugen. Sie können so unkommentiert oft noch keine wirkliche Entscheidungsgrundlage bilden. Der Mehrwert für die Projekte und im Ergebnis das Unternehmen werden noch nicht direkt sichtbar.

Webstandards in Unternehmenssprache

In jüngster Zeit gab es hierzu einen sehr gelungenen, sehr prägnanten Text: [Webstandards für Entscheider](#). In wenigen Sätzen schafft es der Autor Oliver Schwarz auf für Unternehmen relevante Aspekte zu übertragen. Nach der Lektüre des Textes ist man dazu geneigt zu sagen: *War's das schon?* Ja. Es trifft den Punkt. Mit dieser Vorlage sollte es um ein vielfaches einfacher sein, Chef oder Chefin davon zu überzeugen, dass ein an Webstandards orientierter und sinnvoll verwendeter Quellcode - z.B. bei der Erstellung von CMS-Templates - die technische Basis für qualitativ hochwertige und zugängliche Websites bildet. Ein weiterer gedanklicher Transfer auf das konkrete Unternehmen vorausgesetzt.

Projekte, die über das Thema Webstandards auch für Unternehmen und Kunden transparenter berichten sind beispielsweise die [Webkrauts](#) und [Webstandards-](#)

Alle Rechte vorbehalten. Autor dieses Textes ist Björn Seibert, Betreiber der Website www.bs-markup.de. Der Text ist für die nichtkommerzielle Nutzung frei, eine Vervielfältigung ist nur mit Erlaubnis des Autors möglich.

Juli 2006, Online: www.bs-markup.de, Kontakt: info@bs-markup.de

[Spezialisten in Deutschland](#). Die Webkrauts sind eine Vereinigung von Webdesignern mit umfangreichem Wissen auf dem Gebiet von Webstandards und Barrierefreiheit. Das Ziel ist es, vor allem Aufklärungsarbeit zu leisten und die Unterstützung von Webdesignern und -entwicklern. Webstandards-Spezialisten in Deutschland erleichtert den Einstieg in die Thematik. Dort finden Interessierte Links zu Websites, Agenturen, Literatur etc., die für praktizierte Webstandards stehen.

Rüstzeug zur Überzeugungsarbeit

Sieht man sich in der Praxis um, ist eines ganz klar. Ohne ein gutes Stück Überzeugungsarbeit kann es passieren, dass eben nichts passiert. Die oben gelisteten Artikel - inkl. ihrer erweiternden Links - liefern Webdesignern das nötige Rüstzeug, entsprechende *Entscheidungsvorlagen* zu erarbeiten.

- [Webstandards für Entscheider](#)
- [Vorteile von Webstandards für Ihre Besucher, Ihre Kunden und Sie selbst](#) (dt. Übersetzung)
- [Zehn Gründe für das Erlernen und Anwenden von Webstandards](#) (dt. Übersetzung)
- [Was jeder Website-Besitzer über Webstandards wissen sollte](#)

Aus den Inhalten dieser Texte lassen sich hilfreiche Infomaterialien zusammenstellen, die anderen einen schnellen Überblick verschaffen können. Die Entscheidung kann dann nur lauten: *Wir werden was tun*.

Fortsetzung

Wurde die *Überzeugungsarbeit* geleistet und ist die Motivation zum Umdenken da, warten eine Reihe von weiteren Herausforderungen. Es geht ans Eingemachte, die praktische Umsetzung. Dazu gehören die Planung evtl. notwendiger Workshops und deren Durchführung. Auf der, so zu schaffenden, erweiterten Wissensbasis geht es dann darum, die aktuelle Situation zu analysieren und die nötigen Maßnahmen im Bereich Webdesign- und -entwicklung einzuleiten. Die Erarbeitung von Qualitätssicherungsprozessen gehört ebenfalls dazu. [Teil 2 der Serie](#) wird Methoden und Tools vorstellen, die dazu geeignet sind, Websites gezielt zu analysieren und die Qualität zu sichern.

Zugang zu Webstandards - Teil 2

15.6.2006 in [Webstandards](#)

Der [erste Teil](#) dieser Serie befasste sich damit, wie man die Motivation für einen Wechsel zu Webstandards, vor allem im Unternehmen, schaffen bzw. steigern kann. Dieser zweite Teil wird sich mit der Qualitätsmessung und -beurteilung bestehender Webauftritte befassen.

- Welche Dienste und Tools stehen zur Verfügung?
- Was sagen uns die Ergebnisse der Prüfungen?
- Was sind die nächsten Schritte?

Diese Fragen gilt es zu beantworten.

Wir beschränken uns hier zunächst auf zwei Qualitätsaspekte, die eine Basis für weitere Verbesserungen bilden.

- Valider Quellcode bzw. (X)HTML
- Valide Stylesheets bzw. CSS

Ist bereits eine Website vorhanden und wurde bisher nicht auf diese beiden Aspekte geachtet, müssen erste Prüfungen durchgeführt werden. Sie liefern eine ungefähre **Standortbestimmung** - aber noch nicht mehr. Warum wird noch erläutert.

Tools und Dienste

Es stehen eine Reihe kostenloser Tools und Dienste sowohl offline, als auch online zur Verfügung. Sie prüfen den Quellcode einer Website auf seine Richtigkeit bzw. validieren ihn gegen den - hoffentlich bereits angegebenen - [Doctype](#), der praktisch den grammatikalischen Rahmen eines Webdokuments definiert.

Online

- [W3C HTML-Validator](#)
- [W3C CSS-Validator](#)
- [HTML Tidy](#)
- [Validome](#)

Offline

- [HTML Tidy GUI Version](#)
- [CSE HTML Validator](#)

Browser-Extensions für Webentwickler

Für Firefox-Browser gibt es die Erweiterung [Webdeveloper Toolbar](#), die zahlreiche Werkzeuge für die Browsertoolbar zur Verfügung stellt. Das entsprechende Tool für den Internet Explorer nennt sich [Web Accessibility Toolbar](#).

Außer den genannten Links, gibt es eine große Anzahl weiterer Tools und Dienste. Eine etwas ausführlichere Übersicht findet man im [Online-Handbuch für Webentwickler](#) von Vitaly Friedman.

Interpretation der Ergebnisse

Wer sich bisher noch nicht um die Standardkonformität seines Quellcodes gekümmert hat, wird sich nach einem ersten Testlauf sehr wahrscheinlich mit einer langen **Fehler- und Warnungsliste** konfrontiert sehen. Diese Fehler gilt es Schritt für Schritt auszubessern. Die Tools bieten mittlerweile gute Erläuterungen zu ihren Fehlermeldungen und so lassen sich die meisten Fehler schnell abstellen. Der W3C Validierungsservice bietet außerdem eine Übersicht von [Fehlermeldungen mit Erklärungen](#).

Waren die Prüfungen durch einen Validator erfolgreich, kann eine Website als syntaktisch korrekt bezeichnet werden. Der HTML-Code entspricht offiziell anerkannten Standards und ist technisch einwandfrei. Wie bereits angedeutet, kann dadurch noch keine Aussage über die tatsächliche Code-Qualität getroffen werden.

Bisher wurde rein der Aufbau des Codes untersucht. Ob dieser Code auch effizient und sinnvoll ist, lässt sich alleine durch automatisierte Tests noch nicht beurteilen. **Semantik** heißt das nächste Ziel.

Die nächsten Schritte - mehr Semantik

Semantik: Ein gewichtiges Kriterium, wenn es um wirklich guten Quellcode geht. Sie fordert die (X)HTML-Elemente nach ihrem vorgesehenen **Einsatzzweck** einzusetzen. Doch es ist nicht immer ganz leicht - teilweise eigentlich sogar unmöglich - diesen Einsatzzweck eindeutig zu bestimmen. Ist das nötige Know-How über semantischen Code bereits vorhanden? Beim Einstieg ins Thema Webstandards wohl nicht immer. Es wurden eine Reihe von Texten zu diesem Thema veröffentlicht, nach deren Lektüre man wissen dürfte, was die Semantik einer Website meint.

- [Semantischer Code - Definitionen, Methoden, Zweifel](#)
- [Retro-Coding: Semantischer Code ist der Anfang von gutem Design](#)
- [Writing Semantic Markup](#)

2005 habe ich selbst eine kleine Serie dazu geschrieben. [Sinnhafte Websites](#) beschäftigt sich mit den wichtigsten Elementen in (X)HTML und deren sinnvollen Einsatz.

Semantisch und korrekt?

Alle Rechte vorbehalten. Autor dieses Textes ist Björn Seibert, Betreiber der Website [www.bs-markup.de](#). Der Text ist für die nichtkommerzielle Nutzung frei, eine Vervielfältigung ist nur mit Erlaubnis des Autors möglich.

Juli 2006, Online: [www.bs-markup.de](#), Kontakt: info@bs-markup.de

Ist man soweit, dass man von einem validen und semantischen Quellcode der Websites reden kann, steht einer **Qualitätsoffensive** im Unternehmen nichts mehr entgegen. Es gilt jetzt, konsequent alle Websites der Webpräsenz zu überprüfen und bestehende Fehlerquellen zu eliminieren. Nach durchlaufenen Prüfungen und durchgeführten Korrekturen, haben die Websites nun alle Voraussetzungen dafür, wirklich *gut* zu werden. Richtig hohe Qualität ist noch etwas mehr als nur valider und semantisch nachvollziehbarer Code. Man muss sich bei der Konzeption von Websites mit weiteren Kriterien auseinandersetzen und den ein oder anderen Schritt weiter gehen.

Ausblick

Der [dritte und letzte Teil](#) dieser Serie klärt die, nach dem letzten Absatz wohl aufgekommene, Frage: **Was macht die Qualität einer Website *außerdem* aus?** Zusätzlich werden Maßnahmen zur **Qualitätssicherung** vorgeschlagen.

Alle Rechte vorbehalten. Autor dieses Textes ist Björn Seibert, Betreiber der Website [www.bs-markup.de](#). Der Text ist für die nichtkommerzielle Nutzung frei, eine Vervielfältigung ist nur mit Erlaubnis des Autors möglich.

Juli 2006, Online: [www.bs-markup.de](#), Kontakt: info@bs-markup.de

Zugang zu Webstandards - Teil 3

8.7.2006 in [Webstandards](#)

Mit diesem dritten Teil schließt die Serie **Zugang zu Webstandards**. Bisher erschienen sind:

- [Zugang zu Webstandards - Teil 1](#)
- [Zugang zu Webstandards - Teil 2](#)

Es ging in der Serie vor allem darum, Wege aufzuzeigen, wie man speziell innerhalb eines Unternehmens den **Einstieg in die standardkonforme Webentwicklung** findet und gestaltet. Trotzdem lohnt ein kurzer Blick auf das, was danach ansteht. Abschließend gehen wir also der Frage nach, was die Qualität einer Website außerdem ausmacht und wie man einen gewissen Standard hält oder auch verbessern kann. Neben sauberem und effizientem (X)HTML und CSS sind es andere Faktoren, die eine wichtige Rolle spielen. Es ist über ein **Qualitätsmanagement** bzw. eine -sicherung nachzudenken. Dieser Prozess lässt sich in Unternehmen nicht ohne weiteres von A bis Z, von heute auf morgen und in sich abgeschlossen durchführen. *Kaizen* ist angesagt: Die Verbesserung in stetigen kleinen Schritten.

Allgemeine Einflussfaktoren auf die Websitequalität

Das Thema ist komplexer als man meinen könnte, die nur schwer messbare Qualität von Websites lässt sich nicht in wenigen Sätzen definieren. Daher eine kleine Auswahl an Artikeln, die stellvertretend verdeutlichen sollen, worum es geht.

- [Usability - genormte Qualität](#)
- [Barrierefreiheit bringt mehr Komfort für alle User](#)
- [Das ist Ihr Auftritt, nutzen Sie ihn!](#)
- [10 Schritte zur hochwertigen Webseite](#)
- [Mehrwert ist mehr wert! Kompetenzen von Online-Redakteuren](#)
- [Dinge, die man einfach nicht mehr macht ...](#)

Qualitätsmanagement für Websites

Hat man einen guten Qualitätsstandard erreicht, ist es unbedingt notwendig, sich frühzeitig auch Gedanken darüber zu machen, wie man ihn hält oder sogar weiter optimieren kann. Die in [Teil 2](#) aufgeführten Tools und Dienste sollten in regelmäßigen Abständen eingesetzt werden, um vor allem den Quellcode sauber zu halten. Damit lässt sich der technische Aspekt der Qualität abdecken.

Das Qualitätsmanagement für weniger bzw. gar nicht messbare Aspekte, gestaltet sich etwas schwieriger. Aber auch hier lassen sich gewisse Methoden anwenden, die sich von Website zu Website bzw. Unternehmen unterscheiden. Ein allgemein

Alle Rechte vorbehalten. Autor dieses Textes ist Björn Seibert, Betreiber der Website www.bs-markup.de. Der Text ist für die nichtkommerzielle Nutzung frei, eine Vervielfältigung ist nur mit Erlaubnis des Autors möglich.

Juli 2006, Online: www.bs-markup.de, Kontakt: info@bs-markup.de

gültiger Ansatz lässt sich nicht empfehlen. Doch die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten sollten auf ihre Relevanz hin überprüft und möglichst umfangreich genutzt werden.

Regelmäßige Überprüfung des Quellcodes

Die Überprüfung des Quellcodes auf seine **formale Richtigkeit** bildet die Grundlage aller Qualitätssicherungsmaßnahmen. Sauberer Quellcode ist die Qualitätsgrundlage. Wie bereits erwähnt lässt sich der Sinngehalt des (X)HTML-Codes natürlich nicht messen. Die Struktur der Websites gilt es immer wieder kritisch zu hinterfragen. Als probates Mittel können z.B. Coderichtlinien dabei behilflich sein, für immer wiederkehrende Problemstellungen, Lösungsansätze bereitzustellen.

Auf weitere technische Aspekte wurde innerhalb dieser Serie bewusst nicht eingegangen. So z.B. auf Programmcode von Webapplikationen etc. Im Vordergrund steht die Informationsstruktur, der sinnvolle Aufbau und die Gestaltung von Websites. Natürlich gilt es auch alle anderen Ressourcen einer Website auf diesen Aspekt hin zu überprüfen. Das Funktionieren aller Websitebereiche und -erweiterungen ist jederzeit zu gewährleisten.

Erarbeitung von Codeguidelines

Wie solche Coderichtlinien in der Praxis aussehen können, hat Jens Meiert sehr anschaulich beschrieben. In [XHTML- und CSS-Code-Richtlinien bei GMX](#) beschreibt er die u.a. durch ihn erarbeiteten Richtlinien, wie sie bei GMX praktiziert werden.

Allgemein haben solche Coderichtlinien Einfluss auf verschiedene Aspekte bei der Entwicklung von Websites:

- Übersicht
- Schnellere Einarbeitung
- Schlankere Code und kleinere Dateien
- Wiederverwendbarkeit von Code
- Ergebnis: Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen

Codeguidelines betreffen nicht nur den Quellcode der Websites, sondern auch die Stylesheets (CSS).

Barrierefreiheit und Usability

Gerade neue Angebote, die auf Basis der bisher erarbeiteten Qualitätskriterien erstellt werden, gilt es frühzeitig auf ihre Zugänglichkeit und Benutzbarkeit hin zu testen. Sich alleine auf die technische Qualität zu verlassen, kann später zu bösen Überraschungen führen. Technisch einwandfrei, schön aber unbenutzbar und unzugänglich funktioniert nicht. Bereits frühzeitig gilt es Entwicklungsversionen zu testen. Strukturierte Testpläne, die es zu erarbeiten gilt, werden von einer Testabteilung - soweit vorhanden - und Benutzern der Zielgruppen getestet. Die

Alle Rechte vorbehalten. Autor dieses Textes ist Björn Seibert, Betreiber der Website www.bs-markup.de. Der Text ist für die nichtkommerzielle Nutzung frei, eine Vervielfältigung ist nur mit Erlaubnis des Autors möglich.

Juli 2006, Online: www.bs-markup.de, Kontakt: info@bs-markup.de

Ergebnisse werden dokumentiert, Verbesserungen in den nächsten Entwicklungsschritt übernommen.

Links, Ladezeiten etc.

Die bis hierhin erläuterten Aspekte eines Qualitätsmanagements sind das Fundament langlebiger, zukunftssicherer und somit hochwertiger Websites. Es gilt weiter auf eine Reihe weiterer Kleinigkeiten zu achten:

- Links: Finden alle Verweise ihr Ziel? *Linkfriedhöfe* wirken nicht aktuell und zeugen auf Grund einer quasi Fehlfunktion von geringer Qualität aus Sicht des Besuchers.
- Ladezeiten: Dateien - v.a. Grafiken und multimediale Inhalte wie Flashfilme - sollten so klein wie möglich gehalten werden. Lange Ladezeiten haben negativen Einfluss auf das *Surferlebnis* der Besucher.
- Aktualität der Inhalte und Informationsgehalt
- Ausrichtung: Zielgruppe und Zielsetzung berücksichtigen
- ...

Fazit

Die Qualitätssicherung im Webdesign ist ein stetiger Prozess. Er ist nie beendet und erfordert einiges an Aufwand. Validierung, Tests, Dokumentation etc. werden allzu oft als lästig empfunden und oft hört man Aussagen wie: "Dazu haben wir jetzt keine Zeit mehr" oder "Das ist nicht im Budget". Trotzdem: Der Aufwand lohnt sich. Die Zeit sollte man sich nehmen und die Qualitätssicherung als fester Bestandteil in die Projektbudgettierung übernommen werden. Wer Schritt für Schritt wirkungsvolle Methoden entwickelt und weiterentwickelt, profitiert davon. Aufwände für Entwicklung und Wartung werden reduziert, in einem Maß, dass sich der Initialaufwand zur Einführung eines solchen Prozesses in relativ kurzer Zeit bereits amortisiert.