

Wat zeggen de richtlijnen voor usability, findability en accessibility?

# Hyperlinks gebruiken

Datum: 17 april 2008 | Door Jaap van de Putte, 2 use it | Tekstredactie: Jasper Enklaar

**Hyperlinks dienen het gemak van de gebruiker. Ze kunnen ook de vindbaarheid in zoekmachines vergroten. Onderstaande richtlijnen kunnen je helpen om goede hyperlinks te maken.**

## 1. Wat zijn hyperlinks?

Een hyperlink is een aanklikbaar stukje tekst of afbeelding die leidt naar een andere tekst, afbeelding of document. Er zijn vier soorten links:

- tekstlinks: een of enkele aanklikbare woorden;
- afbeeldingenlinks: een aanklikbare afbeelding;
- e-maillinks die leiden naar het e-mailprogramma;
- downloadlinks: links naar documenten die gedownload kunnen worden.

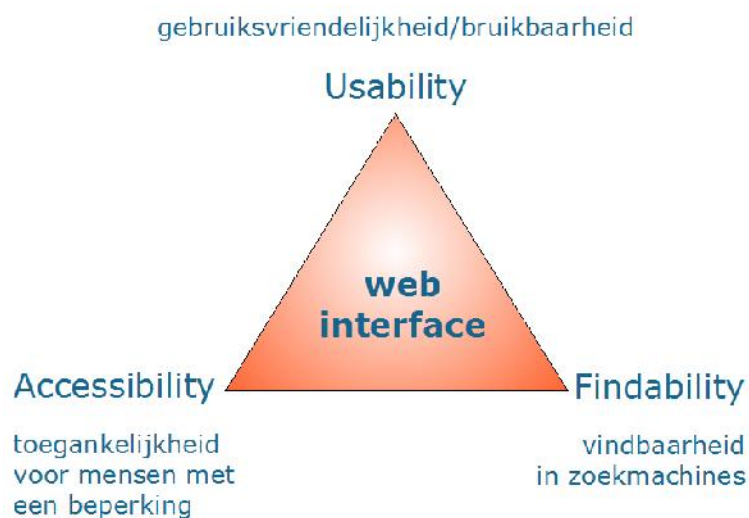
Bij het beoordelen van hyperlinks kijk ik naar richtlijnen die zijn gebaseerd op *usability*, *accessibility* en *findability*.

*Usability* gaat uit van het gebruiksgemak van de gemiddelde gebruiker. Hyperlinks zijn bedoeld om het gemak van de gebruiker te vergroten. Je kunt immers snel van de ene plek naar een andere plek springen.

Bij *findability* gaat het om de vindbaarheid in zoekmachines. Voor vrijwel elke website zijn zoekmachines van belang. Findability guidelines spelen dan ook een belangrijke rol.

*Accessibility* gaat uit van de gebruiker met een beperking (talig, zintuiglijk, motorisch, verstandelijk en/of instrumenteel). Daarvoor hanteer ik het Normdocument Webrichtlijnen ([www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen](http://www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen)).

Deze drie invalshoeken vormen het palet waarmee de lay-out en functionaliteit van een website beoordeeld kunnen worden (zie afbeelding hieronder).



## 2. Tekstlinks en usability

### 2.1 Relevante trefwoorden

Mensen lezen webpagina's niet echt, maar 'hoppen' van ankerpunt naar ankerpunt (Nielsen, Prioritizing Web Usability). Wat een ankerpunt is, verschilt per persoon. Goed geschreven hyperlinks zijn ankerpunten.

#### Voorbeeld: hyperlink als ankerpunt

Onder aan een recensie van het boek "Het slimme onbewuste" staat de tekst: 'Klik [hier](#) om het boek te bestellen.'. Het woord 'hier' vormt geen goed ankerpunt, 'hier' is als woord geen enkele manier gerelateerd aan het boek en het bestellen daarvan.

Beter is de link '[bestellen](#)', direct onder de recensie. Nog beter is het om relevante trefwoorden in de linktekst op te nemen, bijvoorbeeld met de link '[Bestellen: Het slimme onbewuste](#)'.

### 2.2 Lopende tekst

Bij het hoppen is het overigens niet zo dat gebruikers alleen losse woorden lezen, Vaak lezen ze delen van teksten. Links kunnen daarom beter verwerkt worden in een lopende tekst.

#### Voorbeeld: link verwerken in een lopende tekst

*Oorspronkelijke tekst:*

De 12 prijswinnaars zijn lid van Thuiswinkel.org. Een overzicht van de winnaars vindt u [hier](#).

*Voorbeeldtekst herschreven: link verwerkt in lopende tekst:*

De 12 [prijswinnaars](#) zijn van Thuiswinkel.org.

#### Voorbeeld: link verwerken in een lopende tekst

*Oorspronkelijke tekst:*

Wilt u ook adverteren op Banenvooriedereen.nl? Klik dan [hier](#) voor meer informatie.


*Aangepaste tekst:*

U kunt ook [adverteren](#) op Banenvooriedereen.nl.

### 2.3 Externe links: open geen nieuw venster (tab)

Een externe link verwijst naar een andere website. Is het openen van een nieuw venster bij externe links een goed idee? Wanneer een nieuw venster wordt geopend onderbreek je de weg die de gebruiker al surfend volgt. Als deze terug wil en daarvoor de "terug"-knop van de browser gebruikt, werkt deze niet, want er is geen vorige pagina. Dit leidt tot verwarring bij de bezoeker. Het argument dat men de bezoeker kwijtraakt is niet steekhoudend. Mensen gaan weg van je site als ze deze niet (meer) nodig hebben. Open dus geen nieuwe vensters of tabs bij een externe link.

Vaak worden externe links wel zo getoond, dat de bezoeker vooraf ziet dat het een externe link is. In onderstaand voorbeeld is dat met een pijltje gedaan.

Strikt genomen betekent toegankelijkheid dat de website voldoet aan de [WCAG-richtlijnen](#) . In de praktijk blijken er ook andere aspecten van belang voor een optimaal toegankelijke website.

## 2.4 Visueel onderscheid

Zorg dat tekstlinks qua opmaak afwijken van de rest van de tekst. Dat kan met blauw, onderstreept, of met andere kleuren en andere accentueringen. Onderstreept geen teksten die geen hyperlinks zijn.

## 2.5 Vermijd interne links

Een interne link leidt naar een tekst op dezelfde pagina. Voor gebruikers blijken interne links nogal eens voor verwarring te zorgen.

Normaal leidt een link naar een nieuwe pagina en men ziet dan altijd de normale opmaak van de pagina (zoals de bovenzijde van de pagina en het menu). Bij een interne link ziet men vaak niet meer het bovendeel van de pagina en vaak is ook het menu en de navigatie (zoals een broodkruimelpad) uit beeld. Het is zo onduidelijk waar men zich bevindt; de gebruikelijke oriëntatie- en navigatiepunten zijn verdwenen. Om die reden is het beter om interne links zo weinig mogelijk te gebruiken.

Hoe gebruikers omgaan met interne links is door Nielsen uitgebreid onderzocht: zie daarvoor [www.useit.com/alertbox/within\\_page\\_links.html](http://www.useit.com/alertbox/within_page_links.html).

## 3. Tekstlinks en findability

Vrijwel alle sites zijn afhankelijk van zoekmachines voor hun bezoek. Voor iedereen is het daarom belangrijk om te kijken hoe linkteksten kunnen bijdragen aan een optimale vindbaarheid in zoekmachines. Onderstaand enkele aspecten die een rol daarin spelen.

### 3.1 Trefwoorden in de linktekst

Het gewicht dat een zoekmachine toekent aan de trefwoorden is afhankelijk van de opmaak en de positie van de trefwoorden. Veel gewicht wordt toegekend aan trefwoorden in het webadres, in de titel van de pagina, in koppen (met een kop-opmaakprofiel) en in hyperlinks.

Met relevante trefwoorden in de linktekst zal een zoekmachine deze pagina hoger waarderen in de zoekresultaten.

**Voorbeeld: Nieuwsbericht op de website van Arboned: [www.arboned.nl](http://www.arboned.nl)**

Rechts ziet u een nieuwsbericht (bron: Arboned).

De titel van het bericht - "arboned en oca" - is niet aanklikbaar. De tekst "meer" wel en leidt naar een uitgebreide versie van het bericht. Het woord "meer" heeft geen inhoudelijke relatie met het onderwerp en draagt dus niet bij aan de linkpopulariteit.

Beter is het om de titel (arboned en oca) aanklikbaar te maken: dan krijgen de belangrijkste trefwoorden wel gewicht in de indexering.



### 3.2 Trefwoorden in de title-tag

Je kunt ook trefwoorden opnemen in de zogenaamde title-tag van de link.

**Voorbeeld**

De link "adverteren" in de zin "U kunt ook [adverteren](#) op Banenvooriedereen.nl." ziet er in de broncode (HTML) als volgt uit:

```
<a href="http://www.banenvooriedereen.nl/adverteren">adverteren</a>
```

Wanneer er een title-tag is toegevoegd ziet dit er zo uit:

```
<a href="http://www.banenvooriedereen.nl/adverteren" title="adverteren op Banenvooriedereen.nl">adverteren</a>
```

### 3.3 Liever geen JavaScript

Zoekmachines voeren geen JavaScript uitvoeren. Links die enkel te volgen zijn als JavaScript werkt, worden niet gevolgd door zoekmachines. Deze pagina's worden niet of slechts beperkt gevonden. Gebruik daarom liever geen JavaScript in links.

### 3.4 "Nofollow" voor externe links

Zoekmachines waarderen niet zozeer de site waar een link op staat, maar vooral de site waar een link naar verwijst. Met andere woorden: de linkpopulariteit komt ten goede aan het doel, niet aan de bron. Om dit te voorkomen kan een externe link voorzien worden van een speciale tag, de "rel"-attribuut. Die krijgt dan de waarde "nofollow". Dit ziet er als volgt uit:

```
<a href="http://www.nrc.nl" rel="nofollow">NRC</a>
```

## 4. Tekstlinks en accessibility

Volgens het Normdocument Webrichtlijnen ([www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen](http://www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen)) moet een hyperlinktekst niet verwijzen naar een invoermedium. 'Klik hier' verwijst naar het klikken met de muis en voldoet in dat opzicht niet. Er zijn namelijk ook mensen die met spraakinvoer werken of gewoon met het toetsenbord.

Een linktekst is kort en dient de relevante woorden van de doeltekst te bevatten. Mensen die spraakuitvoer of de brailleleesregel gebruiken scannen teksten vaak op hyperlinks om zo sneller een document te kunnen luisteren of voelen. Een tekst lezen gaat ongeveer 20 keer sneller dan een tekst luisteren, dus het is belangrijk om dit proces te kunnen versnellen.



*Brailleleesregel*

De link 'hier' helpt hen niet, want dan moet toch weer de bijbehorende tekst opgezocht worden.

Links dienen niet afhankelijk te zijn van optionele technologie. Een link die alleen via JavaScript is te bedienen is daarom af te raden, want JavaScript is niet altijd aanwezig, bijvoorbeeld bij het gebruik van spraakuitvoer of van een mobiele telefoon. De Webrichtlijnen gaan uit van het principe van 'gelaagd bouwen': als één laag (bijv. het JavaScript) niet werkt, dan dient de onderliggende laag (meestal HTML/CSS) wel te werken.

## 5. Aanklikbare afbeeldingen

Voor links in de vorm van aanklikbare afbeeldingen zijn grootte en positie de meest relevante factoren. Vanuit het gezichtspunt van *usability* (algemene gebruiksvriendelijkheid) geldt: hoe groter de aanklikbare afbeelding, hoe makkelijker deze te gebruiken is. De beste positie is aan de randen van het scherm. Deze plekken zijn makkelijk te bereiken. De muis stopt immers aan de rand van het beeldscherm.

Vanuit *findability* en *accessibility* is het aan te raden om een title-tag toe te voegen aan de hyperlink van de afbeelding. De afbeelding krijgt zo naast de alt-tag, die de alternatieve beschrijving geeft, ook een title-tag. Dit is bijvoorbeeld zinvol bij een logo op een site. In de HTML ziet dat er als volgt uit:

```
<a href="http://www.2useit.nl" title="homepage website 2 use it"></a>
```

Overigens tonen Firefox en Opera de title als tooltip, terwijl Internet Explorer de alt-beschrijving als tooltip toont.

## 6. E-maillinks

### 6.1 Usability en e-maillinks

Een e-maillink is een niet-HTML-link. Dat wil zeggen dat deze link niet verwijst naar een nieuwe webpagina, maar naar een andere toepassing, in dit geval het e-mailprogramma. Om verwarring bij de gebruiker te voorkomen, moet dat duidelijk zijn vóórdat de bezoeker erop klikt. Dat kan door het e-mailadres voluit te schrijven.

#### Geen goede e-maillink is:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met de [redactie](#).

#### Wel goed is:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met de redactie, [redactie@nomailtome.com](mailto:redactie@nomailtome.com).

### 6.2 Findability en e-maillinks

Voor zoekmachines zijn geen specifieke aandachtspunten voor het e-maillinks.

### 6.3 Accessibility en e-maillinks

In het Normdocument Webrichtlijnen ([www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen](http://www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen)) staan enkele checkpoints die gericht zijn op het gebruik van e-maillinks:

#### Checkpoint 13.14

Links to email addresses: the URL in the href attribute of a link to an email address may only contain the mailto protocol and an email address.

#### Checkpoint 13.15

Do not apply any technical measures to the website to hide an e-mail address from spam robots.

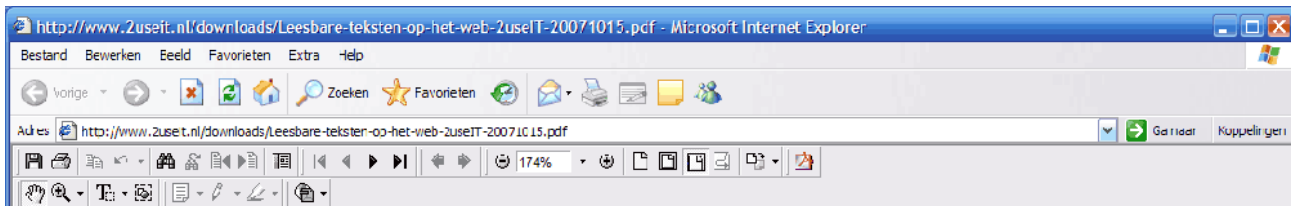
De checkpoints zijn anders dan de usabilityrichtlijnen (zie 5.1). Ze zijn er niet strijdig mee, maar voegen wat extra vereisten toe. Ik bespreek ze verder niet, want ze zijn vrij technisch en in dit kader niet relevant.

## 7. Downloads

### 7.1 Usability en downloads

Ook downloads zijn niet-HTML-links. Wanneer men klikt op een link naar een bestand, bijvoorbeeld een PDF-bestand, wordt in de meeste gevallen het bestand in de bijbehorende applicatie geopend: een PDF in een PDF-lezer, een Word-bestand in Word.

In Internet Explorer zijn deze applicaties vaak verwerkt in de browser, wat een verwarrende layout tot gevolg heeft (zie screenshot hieronder).



Het lijkt alsof men in een applicatie zit, maar men zit nog gewoon in de browser. Om de pagina te verlaten sluit de gebruiker vaak het venster. In dat geval verdwijnt echter ook de website. Het is beter een link naar een bestand te laten openen in een nieuw venster (nieuwe tab).

Vermeld duidelijk wat voor bestand gedownload gaat worden. Bijvoorbeeld zoals Google dat presenteert (zie afbeelding hieronder). Zo is duidelijk dat de link leidt naar een PDF-bestand.

[\[PDF\] Concept vergunning aanvraag Wet milieubeheer Groen Sommelsdijk BV](#)  
 Bestandsformaat: PDF/Adobe Acrobat  
 Samenhang met andere **wetgeving**. Voor de bedrijfshal is in het verleden een **bouwvergunning** afgegeven. Er zijn geen nieuwe bouwkundige ...  
[moi.gis.nl/pdf/200-2004-09-23-AMvB\\_opslag\\_en\\_transportbedrijve.pdf](#) -  
[Gelijkwaardige pagina's](#) - [Noteren](#)

Een andere veel gebruikte en gebruiksvriendelijke mogelijkheid is het plaatsen van een icoontje:



#### **Besnijdenis moeten we wettelijk regelen**

Wereldwijd worden jaarlijks miljoenen jongens en meisjes besneden. Ook in Nederland. Wat moeten we daarvan vinden? Moeten we het toestaan omdat we de culturele bagage van alle bevolkingsgroepen moeten respecteren? Of moeten we de kinderen beschermen tegen de overtuigingen van hun ouders?

 [Volledig artikel: EB-07-1-p4-9.pdf \(419 kB\)](#)

### 7.2 Findability en downloadlinks

Belangrijk voor zoekmachines is ook hier dat zij de downloadlink kunnen volgen. De link moet dus werken onafhankelijk van JavaScript.

### 7.3 Accessibility en downloadlinks

In het Normdocument staat:

#### **Checkpoint 10.1**

Until user agents allow users to turn off spawned windows, do not cause pop-ups or other

windows to appear and do not change the current window without informing the user. (...)

**Required success criteria (conformance requirements)**

No pop-ups or other windows appear unless one of the following apply:

- The means are provided to stop/control this.
- The content warns the user that activating the element spawns a new window and the location of the link contains useful information that may be necessary during an important uninterruptible process.
- The changes of context are initiated only by user request.

Er staat dus dat links in principe altijd in hetzelfde venster moeten openen, tenzij er sprake is van een belangrijk niet-onderbreekbaar proces, zoals een bestelling.

Met andere woorden: het openen van een PDF of een ander downloaddocument vindt plaats in hetzelfde venster. Dat wijkt af van algemene usabilityrichtlijn voor de gewone gebruiker. Die schrijft juist het openen van een nieuw venster voor.

## 8. Samenvatting en conclusies

Wat is een goede hyperlink? Deze vraag heb ik bekeken vanuit de drie invalshoeken die bij websites van belang zijn:

- Usability: vanuit de gemiddelde gebruiker
- Accessibility: vanuit de gebruiker met een beperking
- Findability: vanuit de vindbaarheid in zoekmachines

Ik kom tot 15 richtlijnen voor het gebruik van hyperlinks:

### Voor tekstlinks:

1. Verwerk relevante trefwoorden in de hyperlinktekst.
2. Maak linkteksten kort.
3. Verwerk links in de lopende tekst.
4. Als JavaScript gebruikt wordt voor het openen van hyperlinks, zorg dan dat de links ook werken als JavaScript uit staat of niet werkt (principe van 'gelaagd bouwen').
5. Vermijd interne links.
6. Neem een toelichting en belangrijke trefwoorden op in de 'title'-tag van de link.
7. Open tekstlinks niet in een nieuw venster, tenzij de gebruiker bezig is met een proces dat niet onderbroken mag worden, zoals een bestelling.
8. Bij externe links: maak visueel duidelijk dat de link naar een externe site verwijst.
9. En ook bij externe links: gebruik de tag `rel="nofollow"` om het weglekken van de linkpopulariteit van de eigen site te voorkomen.

### Voor aanklikbare afbeeldingen:

10. Zorg dat de afbeelding voldoende groot is om op te klikken.
11. Gebruik de title-tag voor informatie over de bestemming van de link.

### Bij e-maillinks:

12. Schrijf het e-mailadres altijd uit in de linktekst.

### Bij links naar bestanden (downloads):

13. Open downloadlinks in een nieuw venster. Meld in de title-tag dat er een nieuw venster wordt geopend.
14. Dient de site te voldoen aan de Webrichtlijnen: open de links in hetzelfde venster, tenzij dit een proces van de gebruiker onderbreekt (bijvoorbeeld een bestelling).
15. Meld duidelijk welk type bestand gedownload wordt (bijvoorbeeld PDF of Word).

## 9. Aanbevolen literatuur

Webpagina's:	<a href="http://www.gooddocuments.com/techniques/goodlinks.htm">www.gooddocuments.com/techniques/goodlinks.htm</a> <a href="http://www.useit.com/alertbox/within_page_links.html">www.useit.com/alertbox/within_page_links.html</a>
Boeken:	Jacob Nielsen, <b>Prioritizing Web Usability</b> Dan Saffer, <b>Designing for Interaction</b>
Richtlijnen:	Normative document Web Guidelines, 2007, Utrecht, <a href="http://www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen">www.drempelvrij.nl/webrichtlijnen</a>