



Barrierefreiheit in Websites und Onlineshops

Die digitale Landschaft hat seit Juni 2025 eine grundlegende Veränderung durch das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) erfahren. In diesem Informationsblatt haben wir alle wichtigen Informationen über das Thema gesammelt, die Sie bei der Umstellung Ihrer Webseite beachten müssen.

Wichtigste Informationen:

Einführung:

- Das BFSG hat seit Juni 2025 Webseiten-Anbieter zur Bereitstellung barrierefreier digitaler Dienstleistungen verpflichtet.
- Ziel: Zugänglichkeit für alle Nutzer, unabhängig von Beeinträchtigungen.

Warum ist Barrierefreiheit wichtig?

- Alle Internet-Nutzer müssen gleichberechtigt werden und einen ungehinderten Zugang zu den Inhalten haben.

Statistiken:

- Nur etwa 2% der weltweit populärsten Websites erfüllen vollständig die Anforderungen der Barrierefreiheit.
- Schwacher Textkontrast (86%), fehlende Alternativtexte (66%) und fehlerhafte Links (60%) sind häufigste WCAG-Fehler.

BFSG und Standards:

- WCAG und EN 301 549 seit Juni 2025 verpflichtend.
- Deutsche BITV-Standards gelten nicht.
- Marktüberwachungsbehörde kontrolliert seit 2025.

Für wen gilt die Regelung?

- Alle Unternehmen mit digitalen Dienstleistungen.
- Fokus auf Barrierefreiheit für Websites und Onlineshops.
- Reiner B2B-Bereich ausgeschlossen, aber (!) Verbraucher müssen dabei vollständig ausgeschlossen werden.

Geltungsbereich:

- Online-Shops, Dienstleistungen im E-Commerce, Personenbeförderungsdienste, Telekommunikationsdienste.
- Ausnahmen für Kleinstunternehmen und bestimmte Website-Elemente.

Sanktionen:

- Strafgelder bis zu 100.000 Euro, Abmahnungen, Gewährleistungsansprüche.

Grundlage und Timeline



EU Accessibility Act (EAA) → Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

Regelung auf europäischer Ebene → Überführung des EAA in nationales Recht
(Erlaubt Verbandsklagen)



Checkliste: Anforderungen an die Barrierefreiheit

1

WAHRNEHMBARKEIT- INHALTE FÜR ALLE SINNE ZUGÄNGLICH MACHEN:



Textalternativen

- Jedes informative Bild hat einen aussagekräftigen Alt-Text (beschreibt Funktion, nicht nur Aussehen)
- Dekorative Bilder sind als solche markiert (leeres alt-Attribut), damit Screenreader sie überspringen
- Komplexe Grafiken (Diagramme, Infografiken) haben eine ausführliche Textbeschreibung im Umfeld

Zeitbasierte Medien

- Videos verfügen über Untertitel (nicht nur Auto-Captions, sondern geprüfte)
- Für Audio-Inhalte (z. B. Podcasts) liegen Transkripte vor
- Wo relevant: Audiodeskription für rein visuelle Videoinhalte

Anpassbarkeit

- Inhalte sind semantisch strukturiert (Überschriften-Hierarchie H1-H6, Listen, Tabellen mit Kopfzeilen)
- Text lässt sich auf 200 % vergrößern, ohne dass Inhalte oder Funktionen verloren gehen
- Layout funktioniert im Hochformat wie im Querformat (Responsive Design)

Unterscheidbarkeit

- Kontrastverhältnis mindestens 4,5:1 für normalen Text, 3:1 für große Schrift und UI-Elemente
- Information wird nie ausschließlich über Farbe vermittelt (z. B. Fehler nicht nur rot markiert)
- Automatisch startendes Audio lässt sich stoppen oder ist ganz vermieden



Tastaturzugänglichkeit

- Alle Funktionen (Menüs, Formulare, Slider, Overlays) sind vollständig per Tastatur bedienbar
- Der Fokus ist jederzeit sichtbar und bleibt nie in einem Element „gefangen“
- Die Tab-Reihenfolge folgt der logischen Lesereihenfolge

Ausreichend Zeit

- Zeitlimits (z. B. Session-Timeouts, Slider-Wechsel) lassen sich verlängern, pausieren oder abschalten
- Bewegte, blinkende oder scrollende Inhalte sind pausierbar

Anfälle und physische Reaktionen

- Keine Inhalte, die öfter als dreimal pro Sekunde blitzen
- Animationen respektieren die Systemeinstellung „Bewegung reduzieren“ (prefers-reduced-motion)

Navigierbarkeit

- Sprunglink „Zum Inhalt“ als erstes fokussierbares Element
- Aussagekräftige Seitentitel und Linktexte (kein „Hier klicken“ oder „Mehr“)
- Mehrere Wege zum Ziel: Navigation, Suche, Sitemap
- Klick- und Touchflächen ausreichend groß (Richtwert: mind. 24 x 24 px)



Lesbarkeit

- Sprache der Seite ist im Code deklariert (lang-Attribut), Sprachwechsel sind ausgezeichnet
- Klare, einfache Sprache; Fachbegriffe und Abkürzungen werden erklärt

Vorhersehbarkeit

- Navigation und wiederkehrende Elemente sind auf allen Seiten konsistent platziert und benannt
- Kein unerwarteter Kontextwechsel bei Fokus oder Eingabe (z. B. kein automatisches Absenden)

Hilfestellung bei der Eingabe

- Formularfelder haben sichtbare, programmatisch verknüpfte Labels
- Fehlermeldungen benennen konkret das Problem und den Lösungsweg
- Bei rechtlich oder finanziell relevanten Vorgängen: Eingaben prüfen, korrigieren oder bestätigen können
- Autofill wird unterstützt (autocomplete-Attribute für Name, E-Mail etc.)

4

ROBUSTHEIT – KOMPATIBILITÄT MIT TECHNIK VON HEUTE UND MORGEN

- Valides, standardkonformes HTML ohne doppelte IDs oder fehlerhafte Verschachtelung
- Eigene UI-Komponenten (Custom Dropdowns, Modals, Tabs) übermitteln Name, Rolle und Zustand korrekt an Assistenztechnologien (ARIA)
- Statusmeldungen (z. B. „In den Warenkorb gelegt“) werden Screenreadern aktiv mitgeteilt
- Funktioniert geräte- und browserübergreifend – getestet mit gängigen Screenreadern (z. B. NVDA, VoiceOver)

BONUS: SO PRÜFEN SIE DEN STATUS QUO

- Automatisierter Erst-Check mit Tools wie Lighthouse, WAVE oder axe (findet ca. 30–40 % der Probleme)

- Manueller Tastatur-Test: Komplette Seite nur mit Tab, Enter und Pfeiltasten bedienen
- Screenreader-Stichprobe auf den wichtigsten Conversion-Seiten
- Barrierefreiheitserklärung und Feedback-Mechanismus auf der Website bereitstellen



Fazit

Die Umsetzung der Barrierefreiheit erfordert die Zusammenarbeit mit Webentwicklern und UI/UX-Designern. Die Gewährleistung von Barrierefreiheit ist nicht nur eine gesetzliche Verpflichtung seit Juni 2025, sondern auch ein fortlaufender Prozess zur kontinuierlichen Verbesserung der digitalen Erfahrung für alle Nutzer.

Leistungen

Als Ihre Digital-Marketing-Experten und Expertinnen mit Fokus Beratung plus Agentur für digitales Marketing für B2C, B2B, Hersteller:innen und Multichannel Händler:innen, beraten, konzipieren, planen und betreuen wir in allen Belangen des kreativen und datengetriebenen Performance- und Brand-Online-Marketings.

Kontakt

Stuttgart

KlickPiloten GmbH
Hermannstr. 5A
70178 Stuttgart
Germany

+49 (0)711 998879-0

stuttgart@klickpiloten.de

Berlin

KlickPiloten GmbH
Kaiserdamm 5
14057 Berlin
Germany

+49 (0)030 4036824-30

berlin@klickpiloten.de

Hamburg

KlickPiloten GmbH
Vorsetzen 53
20459 Hamburg
Germany

+49 (0)40 9999674-20

hamburg@klickpiloten.de