



Barrierefreiheit im digitalen Zeitalter

Rechtliche Anforderungen und praktische Umsetzung

We transform
digital ideas.

www.die-lobby.de

Vorwort

Im digitalen Zeitalter ist Barrierefreiheit nicht nur eine Frage der **Inklusion**, sondern auch eine **rechtliche Anforderung**. Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) tritt im Jahr 2025 in Kraft und hat **weitreichende Auswirkungen** auf Unternehmen, die ihre Dienstleistungen und Produkte digital anbieten. Dieses Whitepaper beleuchtet die rechtlichen Anforderungen, die durch das BFSG entstehen, und bietet praktische Hinweise zur Umsetzung von Barrierefreiheit auf Websites.

Dabei ist Barrierefreiheit **keine Checkliste zur Einhaltung von Vorschriften**. Sie ist der Versuch, eine digitale Erfahrung für so viele Menschen wie möglich **sinnvoll und nutzbar** zu machen. Es gibt keine Sonderfälle oder Durchschnittsnutzer.

„Barrierefreiheit im Internet ist kein Luxus. Es ist eine Notwendigkeit, um die Gleichstellung in der digitalen Welt zu gewährleisten.“

— Vint Terf

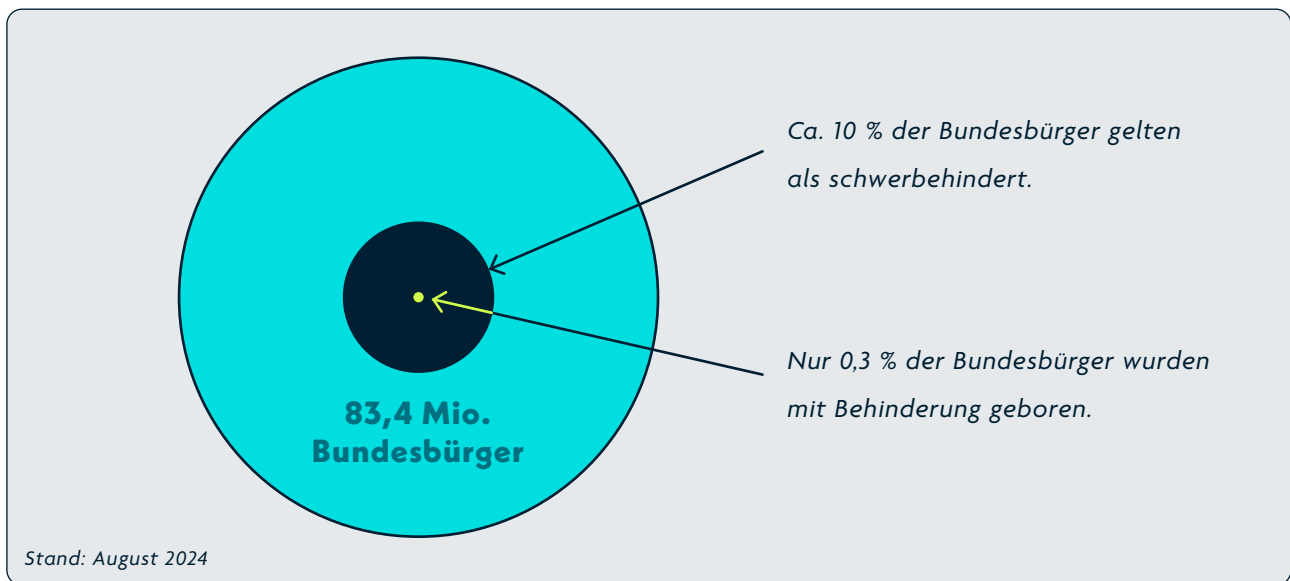
1. Warum barrierefrei?

Teilhabe und Inklusion gewinnen in unserer Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Gesetze wie die **UN-Behindertenrechtskonvention** und das **Behindertengleichstellungsgesetz** fordern eine gleichberechtigte Teilhabe.

- **7,8 Millionen Deutsche**, also etwa jeder zehnte Bundesbürger, gelten als schwerbehindert.
- Nur **3 %** der Behinderungen sind **angeboren**.
- **97 %** der Behinderungen werden im Laufe des Lebens **erworben**.
- Über **20 %** der Menschen in Deutschland sind **über 60 Jahre** alt.

Die Zielgruppe **50 Plus** verfügt über eine Kaufkraft von **720 Milliarden Euro**.

Der Großteil der Onlineshops **vernachlässigt** diese wichtige Zielgruppe und **riskiert** dadurch, **potenzielle Kunden** zu verlieren, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind. Digitale Barrierefreiheit bietet die Chance, alle Menschen, unabhängig von ihren Fähigkeiten oder Einschränkungen, einzubeziehen und ihre Bedürfnisse zu berücksichtigen.



„15 % der Weltbevölkerung haben eine signifikante Behinderung.“

— www.who.int/publications/i/item/9789240063624

2. Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz wurde im Rahmen der Umsetzung der **EU-Richtlinie (EU) 2019/882**, die auch als **European Accessibility Act (EAA)** bekannt ist, erlassen. Diese Richtlinie stellt einen bedeutenden Schritt auf dem Weg zu einer **inklusiveren Gesellschaft** dar, indem sie klare Anforderungen an die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen in der **gesamten Europäischen Union** festlegt. Der EAA verfolgt das Ziel, Hindernisse zu beseitigen, die Menschen mit Behinderungen daran hindern, am wirtschaftlichen, sozialen und digitalen Leben **in vollem Umfang teilzuhaben**.

Das Gesetz zielt darauf ab, die Zugänglichkeit in Bereichen wie dem Einzelhandel, dem öffentlichen Verkehr, der Telekommunikation und **digitalen Dienstleistungen** erheblich zu verbessern. Es verlangt, dass Unternehmen sicherstellen, dass ihre Produkte und Dienstleistungen den Bedürfnissen von Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen gerecht werden. Dies umfasst sowohl physische Produkte wie Automaten, Bankdienstleistungen oder E-Books als auch **digitale Inhalte wie Websites, mobile Anwendungen und Software**.

Ein wesentlicher Aspekt des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes ist die Harmonisierung der Barrierefreiheitsstandards in der gesamten EU, was Unternehmen die Einhaltung der Vorschriften erleichtern soll und gleichzeitig Menschen mit Behinderungen einen breiteren Zugang zu Produkten und Dienstleistungen verschafft. Mit diesen Maßnahmen soll sichergestellt werden, dass **niemand** aufgrund mangelnder Barrierefreiheit von der digitalen und sozialen Teilhabe **ausgeschlossen wird**, was einen wesentlichen Schritt hin zu einer inklusiveren Gesellschaft darstellt.

Wichtige Punkte des BFSG:

- Gilt ab dem **28. Juni 2025**.
- Betroffen sind **Unternehmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen in der EU anbieten**.
- **Verpflichtet** Unternehmen, **barrierefreie** Produkte und Dienstleistungen bereitzustellen, **einschließlich Websites („Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr“)**, mobile Anwendungen und Selbstbedienungsterminals.
- Bezüglich Dienstleistungen sind ausgenommen: **Kleinstunternehmen**, die **weniger als zehn Personen** beschäftigen und entweder einen **Jahresumsatz von höchstens 2 Millionen Euro** erzielen oder deren **Jahresbilanzsumme sich auf höchstens 2 Millionen Euro** beläuft.
- **Sanktionen bei Nicht-Einhaltung** können erheblichen finanziellen Schaden anrichten.

„96 % der 1 Mio. meistbesuchten Websites weltweit sind nicht barrierefrei.“

— webaim.org/projects/million

3. Rechtliche Anforderungen

Unternehmen sind **gesetzlich verpflichtet**, sicherzustellen, dass ihre digitalen Angebote **den Anforderungen der Barrierefreiheit entsprechen**. Darunter fallen unter anderem:

- **Websites** und mobile Anwendungen müssen den Anforderungen der **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2 Level AA entsprechen**. Die Konformitätsstufe AA stellt ein **mittleres Zugänglichkeitsniveau** dar und umfasst strengere Anforderungen, die darauf abzielen, die häufigsten Barrieren für Nutzer mit Behinderungen zu beseitigen. Diese Stufe wird häufig als **Standard für barrierefreie Websites** angesehen.
- **Elektronische Kommunikation** muss barrierefrei sein, das betrifft z. B. **PDFs, Videos und andere digitale Inhalte**.
- **Selbstbedienungsterminals** (wie Ticketautomaten, Geldautomaten) müssen ebenfalls **barrierefrei** gestaltet werden.

„Barrierefreiheit ist nicht etwas, das wir einer Website hinzufügen, sondern etwas, mit dem wir beginnen – und das wir bei jeder einzelnen Änderung verlieren können. Unsere Aufgabe ist es, sie während des gesamten Gestaltungsprozesses zu erhalten.“

— Scott Jehl, Front-End-Ingenieur

4. Wer profitiert von Barrierefreiheit?

Barrierefreie Gestaltung zielt nicht nur auf **Hör-, Seh-, Lern-, Sprach- und kognitive Einschränkungen** ab, sondern **verbessert die allgemeine Usability für alle Benutzer**. Barrierefreiheit ist also **nicht nur für Menschen mit Behinderungen** von Vorteil. Sie kommt **einer breiten Zielgruppe zugute**, darunter:

- **Ältere Menschen:** Sie haben oft altersbedingte Einschränkungen und sind auf barrierefreie Angebote angewiesen.
- **Menschen mit geringerer technischer Affinität:** Die einfache und intuitive Benutzeroberflächen bevorzugen.
- **Unternehmen:** Die durch barrierefreie Angebote neue Kundengruppen erschließen und rechtliche Risiken minimieren.

„Die Menschen betrachten sich selbst nicht als behindert und glauben daher, dass die Eigenschaften von Barrierefreiheit nicht auf sie zutreffen. Sie sind sich oft nicht bewusst, dass sie ständig auf Barrierefreiheit angewiesen sind.“













— Eric Bailey

„Es gibt nicht den »goldenen Weg«, einen Computer zu benutzen. Es gibt Einschränkungen und Barrieren, mit denen wir alle zurechtkommen müssen. Einige Probleme betreffen jeden, andere sind nur unter Umständen vorhanden.“

— Eric Bailey

Außerdem wird zwischen **verschiedenen Arten der Einschränkung** unterschieden. So gibt es **permanente, temporäre und situative Einschränkungen**, die jeden Menschen betreffen können.

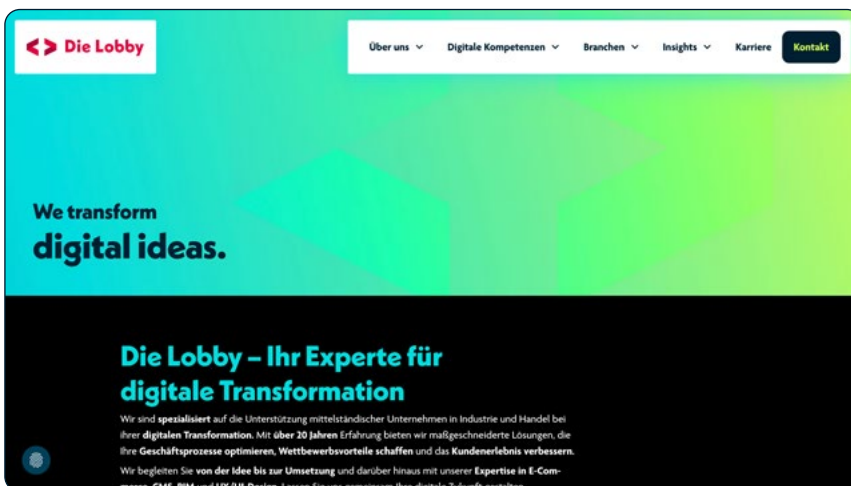
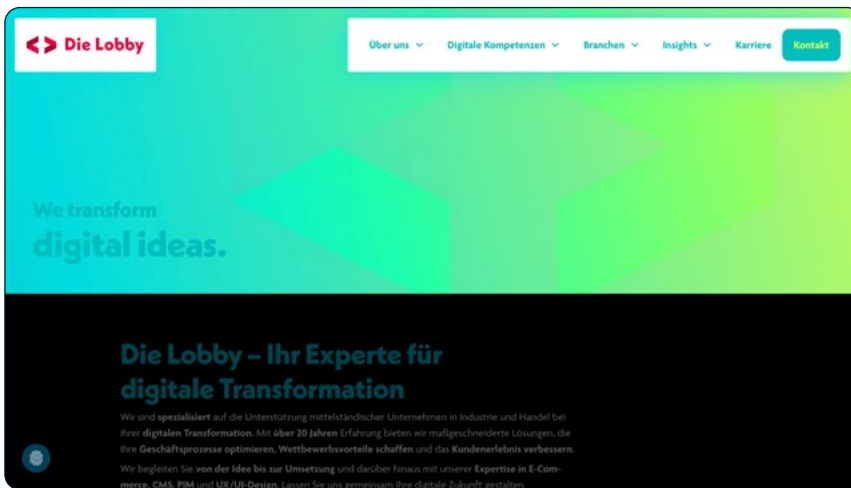
- **Permanente Einschränkungen:** Diese betreffen Personen mit **dauerhaften Behinderungen**, wie zum Beispiel Menschen mit einer Sehbehinderung oder Taubheit.
- **Temporäre Einschränkungen:** Diese können zum Beispiel einen gebrochenen Arm, eine vorübergehende Sehschwäche nach einer Augenoperation oder den Verlust des Hörvermögens durch eine Infektion umfassen. Auch wenn diese Einschränkungen **nicht dauerhaft** sind, benötigen betroffene Personen **temporär barrierefreie Angebote**.
- **Situative Einschränkungen:** Diese betreffen Menschen, die sich **in einer bestimmten Situation** befinden, in der ihre Fähigkeiten eingeschränkt sind. Beispiele sind das Nutzen eines Smartphones in **grellem Sonnenlicht**, bei dem die Lesbarkeit eingeschränkt ist, oder die Verwendung von Geräten in einer **lauten Umgebung**, bei der Audioausgaben nicht wahrgenommen werden können.

	Permanent	Temporär	Situativ
Berühren	 Einarmig	 Armverletzung	 Junge Eltern
Sehen	 Blind	 Grauer Star	 Abgelenkter Fahrer
Hören	 Taub	 Ohrinfektion	 Laute Umgebung
Sprechen	 Nonverbal	 Heiserkeit	 Starker Akzent

Permanente, temporäre und situative Einschränkungen.

5. Beispiele für barrierefreie Umsetzungen

- **Texte und Bilder:** Texte sollten in einfacher Sprache verfasst bzw. zusätzlich bereitgestellt und Bilder mit beschreibenden Alternativtexten versehen werden.
- **Kontraste und Farben:** Es müssen ausreichende Kontraste zwischen Text und Hintergrund verwendet werden, um die Lesbarkeit zu erleichtern.
- **Navigation:** Eine einfache und intuitive Navigation, die auch ohne Maus bedienbar ist, verbessert die Zugänglichkeit. Sie muss vom Benutzer übersprungen werden können.
- **Videos und Audioinhalte:** Diese müssen mit Untertiteln oder Transkripten versehen werden, um Einschränkungen bezüglich des Hörens zu umgehen.
- **Bedienelemente:** Icons, Grafiken und Buttons müssen ausreichend groß sein und ein gewisses Kontrastverhältnis haben, damit sie leicht aufgefasst werden können.



Gleicher Inhalt: einmal ohne und einmal mit ausreichenden Farbkontrasten.

6. Wie kann ich meine Website auf Barrierefreiheit prüfen?

Unternehmen können **verschiedene Schritte vornehmen**, um ihre Websites **auf Barrierefreiheit zu prüfen** und zu **verbessern**. Einige Beispiele:

- Für alle **Nicht-Text-Inhalte**, wie z. B. Bilder, gibt es eine Textalternative, die den gleichen Zweck erfüllt.
- **Informationen** auf Websites sollen **nicht nur durch Farben** vermittelt werden, sondern auch ohne Wahrnehmung von Farben erkennbar sein. So sollten **Textlinks** z. B. nicht nur durch eine Farbänderung, sondern zusätzlich **durch eine Unterstreichung und/oder dickere Schriftstärke ausgezeichnet** werden.
- Werden **Hilfe-Features** angeboten, so müssen sie auf jeder Seite **an der gleichen Stelle** platziert werden, z. B. **Kontakt-Button, Chat-Fenster etc.**
- **Elemente im Fokus** (d. h., wenn sie mit der Tastatur angesteuert werden, z. B. Links oder Buttons) dürfen **nicht (vollständig) von anderen Elementen verdeckt** werden

Der **Google Lighthouse Check** gibt einen **Richtwert für die Accessibility**. Mittels Tools lassen sich die Werte für das Kontrastverhältnis konkret messen, z. B.:

- www.siteimprove.com/de/toolkit/color-contrast-checker
- webaim.org/resources/contrastchecker/

7. Warum Overlay-Tools keine echte Barrierefreiheit bieten

Overlay-Tools versprechen, Websites schnell barrierefrei zu machen, doch in der Praxis liefern sie **selten** die gewünschten Ergebnisse. Diese Tools fügen lediglich eine **zusätzliche Schicht** hinzu, die oft **unzuverlässig** arbeitet und bestehende **Barrieren nicht beseitigt**. Nutzer, die auf Barrierefreiheit angewiesen sind, setzen meist auf spezialisierte Hilfsmittel, die präziser und zuverlässiger funktionieren als automatisierte Overlays. Zudem bergen diese Tools **Datenschutzrisiken**, da sie Nutzerdaten erfassen können. **Echte Barrierefreiheit erfordert eine sorgfältige, manuelle Umsetzung direkt im Design und Code der Website.**

8. Accessibility Check: Websites auf dem Prüfstand

Unser **Accessibility Check** bietet eine **gründliche Untersuchung der Website auf Barrierefreiheit**. Dabei werden **potenzielle Barrieren identifiziert** und **konkrete Handlungsempfehlungen entwickelt**, um die digitale Präsenz **für alle Nutzer zugänglich** zu gestalten. Dieser Service steht **auf Anfrage** zur Verfügung und hilft dabei, **die Website optimal auf die gesetzlichen Anforderungen vorzubereiten** – für **mehr Inklusion** und eine **verbesserte Nutzererfahrung**.

Ihre Ansprechpartner für digitale Barrierefreiheit



Michael Streibl
Geschäftsleitung,
Strategisches Management



Joseph Deml
Art Direction / UX-UI

Wir freuen uns, wenn Sie sich bei Fragen oder Interesse rund um das Thema Barrierefreiheit bei uns melden. Gemeinsam können wir Wege finden, die für alle zugänglich sind – wir sind gerne für Sie da!

Tel.: 0941 6464494-0

E-Mail: barrierefreiheit@die-lobby.de