

Gesetzliche Definitionen

| | |
|--|---|
| Barrierefreiheit | Produkte und Dienstleistungen sind barrierefrei, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind. |
| Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr | Dienstleistungen der digitalen Dienste, die über Webseiten und über Anwendungen auf Mobilgeräten angeboten werden und elektronisch und auf individuelle Anfrage eines Verbrauchers im Hinblick auf den Abschluss eines Verbrauchervertrags erbracht werden. |
| Kleinstunternehmen | Ein Unternehmen, das weniger als zehn Personen beschäftigt und das entweder einen Jahresumsatz von höchstens 2 Millionen Euro erzielt oder dessen Jahresbilanzsumme sich auf höchstens 2 Millionen Euro beläuft. |

Was ist das BFSG - das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz?

Das BFSG ist ein Gesetz aus dem Jahr 2021, das die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen in der EU verbessern soll. Es wurde eingeführt, um die Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am gesellschaftlichen Leben zu fördern und die EU-Richtlinie 2019/882 zur Barrierefreiheit umzusetzen.

Ziel des Gesetzes ist es, Hindernisse im Alltag abzubauen und gleiche Chancen sowie mehr Inklusion zu ermöglichen.

Das Gesetz tritt am 28. Juni 2025 in Kraft.

Es betrifft unter anderem den Zugang zu digitalen Dienstleistungen, technischen Geräten und öffentlichen Verkehrsmitteln.

Warum ist Barrierefreiheit überhaupt ein Thema?

Zielgruppen- erweiterung

Durch barrierefreie Produkte und Dienstleistungen können Unternehmen eine breitere Zielgruppe ansprechen. Dies umfasst nicht nur Menschen mit Behinderungen, sondern auch ältere Menschen oder Personen mit temporären Einschränkungen (z.B. nach einer Verletzung). Eine barrierefreie Lösung kann daher dazu beitragen, das Marktpotenzial erheblich zu erweitern, da mehr Menschen das Produkt nutzen können.

Positives Image

Unternehmen, die sich für Barrierefreiheit und Inklusion einsetzen, genießen oft eine positive öffentliche Wahrnehmung. Kundinnen und Kunden schätzen Unternehmen, die Verantwortung übernehmen und sich für die Zugänglichkeit und Chancengleichheit aller Menschen engagieren. Dies kann zu einer stärkeren Markenbindung, Kundenloyalität und einem positiven Image führen.

Wettbewerbsvorteil

Barrierefreiheit kann ein wichtiger Wettbewerbsvorteil sein. Unternehmen, die barrierefreie Lösungen bieten, können sich von der Konkurrenz abheben und eine Zielgruppe bedienen, die von anderen Unternehmen möglicherweise übersehen wird. Besonders im digitalen Bereich ist es für Nutzerinnen und Nutzer zunehmend wichtig, dass Webseiten zugänglich sind, was den Unterschied zwischen einem Marktführer und einem Nachzügler ausmachen kann.

Benutzererfahrung

Barrierefreiheit führt zu einer verbesserten Benutzererfahrung (UX) für alle User. Durch eine klare Navigation, lesbare Schriftgrößen, gute Kontraste und benutzerfreundliche Interaktionen wird die Nutzung für Menschen mit und ohne Einschränkungen leichter. Dies trägt dazu bei, dass Nutzerinnen und Nutzer mit verschiedenen Bedürfnissen schnell und effizient auf die angebotenen Produkte und Dienstleistungen zugreifen können.

Personalbindung und -gewinnung

Unternehmen, die sich für Barrierefreiheit und Inklusion einsetzen, können auch eine vielfältigere und integrativere Arbeitsumgebung schaffen. Das kann die Personalbindung stärken und das Unternehmen für Talente aus verschiedenen Bereichen und mit unterschiedlichen Fähigkeiten attraktiver machen. Insbesondere in der Arbeitswelt der Zukunft legen immer mehr Menschen Wert auf die soziale Verantwortung von Unternehmen.

Rechtskonformität

Unternehmen, die die Vorgaben des BFSG ignorieren, riskieren Abmahnungen und Bußgelder. Konsequenz zu Ende gedacht, sind auch Klagen von Kundinnen und Kunden nicht auszuschließen, die wegen der fehlenden Barrierefreiheit einen Schaden erlitten haben.

Welche Konsequenzen drohen bei Verstößen?

Unternehmen, die die Anforderungen des BFSG nicht umsetzen, müssen mit verschiedenen Konsequenzen rechnen.

In erster Linie drohen Bußgelder in Höhe von bis zu 100.000 Euro. Zuständig für die Überwachung der Einhaltung des BFSG ist die „Marktüberwachungsstelle der Länder für die Barrierefreiheit von Produkten und Dienstleistungen“ (MLBF). Die Behörde hat ihren Sitz in Magdeburg, Sachsen-Anhalt, und wird ihre Arbeit pünktlich zum 28. Juni 2025 aufnehmen. Starten soll die Behörde mit 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Ob diese neue Behörde auch Hilfestellungen, etwa in Form von Orientierungshilfen oder Leitfäden, herausgeben wird, kann noch nicht abgesehen werden.

Eine zusätzliche Sorge, die oft geäußert wird, ist das Risiko von Abmahnungen durch Dritten, zu erhalten, weil Verstöße gegen das BFSG auch Wettbewerbsverstöße sein können.

Ob dies aber ein Thema von Abmahnungen wird, muss man noch abwarten. Warum sollte ein Mitbewerber dem anderen durch einen „Zwang“ zur Einhaltung des Gesetzes zu besseren Zielgruppen und einem besseren Image verhelfen wollen?

Kann es so etwas wie „Barrierefreiheit“ überhaupt geben?

Ob es eine „Barrierefreiheit“ im absoluten Sinne geben kann, ist eine komplexe Frage. In der Theorie gibt es Barrierefreiheit. In der Praxis dürfte eine 100 %-ige Umsetzung jedoch kaum zu erreichen sein.

Das Ziel ist es, die Zugänglichkeit so weit wie möglich zu gewährleisten und bestehende Barrieren systematisch zu minimieren. Das BFSG fördert also eine kontinuierliche Verbesserung und Anpassung, sodass die meisten Menschen, auch mit besonderen Bedürfnissen, die Produkte und Dienstleistungen ohne größere Einschränkungen nutzen können.

Das ist besonders wichtig: Barrierefreiheit ist keine Frage von Stichtagen, sondern ein kontinuierlicher Prozess.

Sind denn alle Unternehmen davon betroffen? Oder gilt das nur im B2C?

Nicht alle Unternehmen sind direkt vom BFSG betroffen – es richtet sich primär an Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen für Endverbraucher (B2C) anbieten. Besonders Unternehmen, die digitale Produkte, Bankdienstleistungen, E-Commerce, öffentliche Verkehrsmittel anbieten, müssen die Anforderungen erfüllen. Für ausschließliches B2B-Geschäfte gelten die Regelungen in der Regel nicht.

Allerdings können B2B-Unternehmen indirekt betroffen sein, wenn sie Zulieferer von B2C-Firmen sind, die barrierefreie Lösungen verlangen (z.B. Hersteller von Bankautomaten, Agentur, die eine Webseite für Unternehmen erstellt).

Das Gesetz gilt u.A. für „Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr“. Die Definition für diese Dienstleistungen ist äußerst weit gefasst. „Im Hinblick auf den Abschluss eines Verbrauchervertrages“ bedeutet, dass auch Elemente erfasst sind, durch die ein vorvertragliches Schuldverhältnis entstehen kann. Hierzu zählen z.B. auch Kontaktformulare, zumindest, soweit sie für diesen Zweck gedacht sind.

Übrigens: Erfasst sein können auch eingetragene Vereine, sofern die jeweilige Tätigkeit in den Anwendungsbereich des BFSG fällt.

Gibt es Ausnahmen?

Ja, das BFSG sieht Ausnahmen im Bereich Dienstleistungen für Kleinstunternehmen vor, um deren wirtschaftliche Belastung zu reduzieren.

Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten und einem Jahresumsatz oder einer Jahresbilanzsumme von maximal 2 Millionen Euro sind grundsätzlich von den Regelungen des Gesetzes ausgenommen.

Beide Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um die Ausnahme beanspruchen zu können.

Wer also z.B. 12 Beschäftigte hat und 1 Mio. Euro Umsatz, muss sich an das BFSG halten; genauso wer 8 Beschäftigte, aber 7 Mio. Euro Umsatz hat.

Welche Anforderungen stellt das Gesetz an barrierefreie Webseiten?

Webseiten müssen so gestaltet sein, dass sie auch von Menschen mit Seh-, Hör- oder motorischen oder kognitiven Einschränkungen genutzt werden können, etwa durch die Nutzung von Screenreadern oder Anpassungsoptionen.

Gibt es konkrete technische Standards, die Unternehmen helfen können?

Ja, die EN 301 549 und die WCAG-Guidelines sind konkrete technische Standards, die Unternehmen helfen, die Anforderungen des BFSG zu erfüllen und digitale Produkte und Dienstleistungen barrierefrei zu gestalten.

Das BFSG selbst macht aber keine Vorgaben dazu, dass und welche konkreten technischen Standards eingehalten werden müssen.

Technische Standards

EN 301 549

ist ein europäischer Standard, der spezifische Anforderungen an die Barrierefreiheit von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) stellt. Dieser Standard ist besonders wichtig für öffentliche Stellen und Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen für die breite Öffentlichkeit bereitstellen.

Die EN 301 549 deckt sowohl digitale Produkte (wie Websites und Apps) als auch Geräte wie Ticketautomaten, Geldautomaten und andere interaktive Geräte ab. Sie basiert auf internationalen Standards und ist rechtlich bindend für Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen in der EU anbieten.

WCAG

Die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) sind die weltweit anerkannten Richtlinien für die Barrierefreiheit von Webinhalten. Sie beschreiben spezifische Kriterien und Techniken, um Webseiten für Menschen mit verschiedenen Behinderungen zugänglich zu machen.

Die WCAG beinhalten Empfehlungen zu Themen wie Textalternativen für Bilder, Tastaturnavigation, klare Struktur der Inhalte und die Zugänglichkeit von Medien. Diese Richtlinien sind zwar nicht direkt gesetzlich vorgeschrieben, aber sie bilden die Grundlage für viele nationale und internationale Gesetze zur digitalen Barrierefreiheit, einschließlich des BFSG.

Beide Standards, die EN 301 549 und die WCAG, bieten also eine wertvolle Grundlage, um sicherzustellen, dass digitale Produkte und Dienstleistungen den gesetzlichen Anforderungen entsprechen. Unternehmen, die diese Standards einhalten, sind in der Regel gut aufgestellt, um die Barrierefreiheitsanforderungen des BFSG zu erfüllen.

Und was sind typische Barrieren für Nutzerinnen und Nutzer mit Beeinträchtigungen?

Wahrnehmbarkeit

Inhalte müssen so gestaltet sein, dass sie von allen Nutzerinnen und Nutzern wahrgenommen werden können – unabhängig von ihren sensorischen Fähigkeiten.

Typische Barrieren:

- Fehlende Alternativtexte für Bilder, wodurch blinde oder sehbehinderte Personen keine visuelle Information erhalten.
- Geringe Farbkontraste, die es Menschen mit Sehschwächen erschweren, Inhalte zu lesen.
- Audioinhalte ohne Untertitel oder Transkriptionen, die gehörlosen oder schwerhörigen Menschen den Zugang verwehren.

Bedienbarkeit

Webseiten und Anwendungen müssen so gestaltet sein, dass sie für alle nutzbar sind – unabhängig von der Art der Interaktion.

Typische Barrieren:

- Nicht mit der Tastatur bedienbare Elemente, was insbesondere Menschen mit motorischen Einschränkungen betrifft, die keine Maus nutzen können.
- Unübersichtliche oder unlogische Navigationsstrukturen, die es Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen schwer machen, sich zurechtzufinden.

Robustheit

Inhalte müssen mit einer Vielzahl von Endgeräten, Browsern und assistiven Technologien kompatibel sein.

Typische Barrieren:

- Webseiten, die nicht mit Screenreadern oder Vergrößerungssoftware korrekt funktionieren.
- Veraltete oder fehlerhafte Code-Strukturen, die eine barrierefreie Nutzung verhindern.

Welche Rolle spielen Screenreader?

Strukturierte und semantische HTML-Auszeichnung

Eine Webseite muss eine klare und gut strukturierte HTML-Auszeichnung haben, damit der Screenreader die verschiedenen Elemente einer Seite (wie Überschriften, Absätze, Listen und Links) korrekt erkennt und den Nutzerinnen und Nutzern vorliest. Einfache Textinhalte ohne semantische Struktur können für Screenreader schwer verständlich sein.

Alt-Texte für Bilder

Alle visuellen Inhalte wie Bilder oder Grafiken müssen mit beschreibenden Alt-Texten versehen werden. Der Screenreader liest diese Texte vor und ermöglicht so, dass Nutzerinnen und Nutzer wissen, was auf den Bildern dargestellt wird.

Navigation und Interaktivität

Links, Formulare, Buttons und andere interaktive Elemente müssen klar und zugänglich sein. Screenreader müssen in der Lage sein, diese Elemente richtig zu identifizieren und den Nutzern Informationen darüber zu geben, wie sie damit interagieren können.

Tabulatornavigation

Eine barrierefreie Webseite ermöglicht es, alle interaktiven Elemente mit der Tabulator-Taste anzusteuern. Das ist besonders wichtig für Nutzerinnen und Nutzer, die den Screenreader in Kombination mit der Tastatur verwenden und keine Maus benutzen können.

Fehlermeldungen und Hinweise

Wenn es auf einer Webseite zu Fehlern kommt (z. B. bei der Formularausfüllung), müssen diese klar kommuniziert werden, damit der Screenreader die Nutzerinnen und Nutzer darüber informieren kann. Ohne diese Hinweise könnten Nutzerinnen und Nutzer ohne Sehvermögen Fehler übersehen.

Insgesamt ermöglichen Screenreader also erst die vollständige Nutzung einer Webseite für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen und spielen daher eine sehr große Rolle. Deshalb ist es für eine Webseite unerlässlich, barrierefrei und vollständig mit Screenreadern kompatibel zu sein, um Inklusion und gleichberechtigte Teilhabe zu gewährleisten.

Welche Anforderungen stellt das BFSG an die Navigation auf Webseiten?

Klar strukturierte Navigation

Die Navigation muss logisch und gut strukturiert sein, sodass Nutzerinnen und Nutzer schnell und einfach von einem Bereich der Webseite zum nächsten gelangen können. Dies gilt insbesondere für Menschen mit kognitiven Einschränkungen, die von einer klaren und konsistenten Gliederung profitieren. Eine durchgängige und verständliche Menüführung hilft, die Orientierung zu erleichtern.

Zugänglichkeit über Tastatur

Die gesamte Navigation sollte auch ohne Maus vollständig mit der Tabulatortaste und anderen Tastenkürzeln zugänglich sein. Dies ist besonders wichtig für Menschen mit motorischen Einschränkungen, die auf Tastatur- oder sprachgesteuerte Eingabemethoden angewiesen sind. Alle interaktiven Elemente wie Links, Buttons und Formulare müssen über die Tastatur ansteuerbar sein.

Visuelle und auditive Hinweise

Eine barrierefreie Navigation muss visuelle Hinweise bieten, die den aktuellen Standort auf der Seite anzeigen. Zum Beispiel durch Hervorhebung des aktiven Navigationspunkts. Für Nutzerinnen und Nutzer mit Sehbeeinträchtigungen sollte es auch auditive Hinweise oder alternative Textinformationen geben, die die Navigation unterstützen. Dies ermöglicht es, den Überblick zu behalten und sicherzustellen, dass die Navigation verständlich ist.

Visuelle und auditive Hinweise

Die Navigation sollte auf jeder Seite der Webseite konsistent bleiben, damit Nutzerinnen und Nutzer nicht jedes Mal neu lernen müssen, wie sie sich zurechtfinden. Eine konsistente Menüstruktur ist für Menschen mit Lernbehinderungen oder Gedächtnisbeeinträchtigungen besonders hilfreich, da sie sich nicht jedes Mal anpassen müssen.

Welche Bedeutung haben Kontraste und Farben für barrierefreie Webseiten?

Kontrast

Ein hoher Kontrast zwischen Text und Hintergrund ist entscheidend, damit der Inhalt für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen oder Farbfehlsichtigkeit gut lesbar ist. Beispielsweise ist schwarzer Text auf weißem Hintergrund deutlich leichter zu lesen als grau oder hellblauer Text auf einem hellen Hintergrund. Das BFSG fordert, dass der Kontrast so gewählt wird, dass auch Menschen mit eingeschränkter Sehkraft den Text problemlos erkennen können. Ein empfohlener Mindestkontrast liegt bei 4,5:1 für normalen Text und 3:1 für großen Text, wie sie in den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) festgelegt sind

Farbliche Hinweise

Farben dürfen nicht als einziges Unterscheidungsmerkmal für wichtige Informationen oder Aktionen verwendet werden. Für Menschen mit Farbfehlsichtigkeit (z. B. Rot-Grün-Schwäche) ist es wichtig, dass zusätzlich zu Farben auch Text oder Symbole verwendet werden, um Informationen zu vermitteln. Zum Beispiel sollten Links nicht nur durch Farbe (grün) hervorgehoben werden, sondern auch durch Unterstreichung oder fettgedruckte Schrift.

Ausreichende Differenzierung

Wenn Farben verwendet werden, müssen sie so gewählt werden, dass sie ausreichend differenziert sind. Das bedeutet, dass der Unterschied zwischen benachbarten Farbtönen groß genug sein muss, damit auch Nutzerinnen und Nutzer mit Farbsehschwächen diese deutlich unterscheiden können. Ein weiteres Beispiel ist die Verwendung von Farbkombinationen, die bei allen Nutzergruppen gut erkennbar sind, z. B. Blau und Gelb.

Ablenkung durch Kontraste

Es sollte vermieden werden, dass starke oder unangemessene Kontraste die Nutzerinnen und Nutzer überfordern oder ablenken. Zu starke Farbkontraste (z. B. leuchtendes Rot auf strahlendem Grün) können störend wirken und Menschen mit Migräne oder Epilepsie triggern, wodurch der Webseitenbesuch unangenehm oder schmerzhaft wird.

Wie können Videos und andere Multimedia-Inhalte barrierefrei gestaltet sein?

Untertitel und Transkripte

Untertitel sind eine der wichtigsten Maßnahmen, um Videos für Menschen mit Hörbeeinträchtigungen zugänglich zu machen. Sie sollten alle gesprochenen Inhalte und, wenn nötig, auch relevante Geräusche oder Musik beschreiben. Es ist auch empfehlenswert, ein Transkript des gesamten Videos zur Verfügung zu stellen, damit Nutzer den Inhalt lesen und bei Bedarf nachschlagen können.

Gebärdensprachdolmetscher

Für Menschen, die auf Gebärdensprache angewiesen sind, kann das Angebot eines Gebärdensprachdolmetschers eine wertvolle Ergänzung sein. Bei wichtigen Videos oder Präsentationen kann dies helfen, die Informationen für taube oder schwerhörige Nutzer vollständig zugänglich zu machen.

Audiodeskription

Audiodeskription (AD) ist eine zusätzliche Audio-Spur, die visuelle Inhalte beschreibt – besonders wichtig für blinde oder sehingeschränkte Nutzer. Die Audiodeskription sollte während der Szenenwechsel und bei wichtigen visuellen Details eingesetzt werden, die für das Verständnis des Inhalts nötig sind.

Keine störenden Elemente

Flackernde oder zu schnelle visuelle Elemente können für Menschen mit Epilepsie oder Migräne problematisch sein. Unternehmen sollten sicherstellen, dass keine schnellen, störenden visuellen Effekte verwendet werden, die diese Personen negativ beeinflussen könnten. Eine Option zum Deaktivieren solcher Effekte sollte ebenfalls angeboten werden.

Kompatibilität mit Screenreadern

Für blinde oder sehbeeinträchtigte Nutzerinnen und Nutzer müssen Videos und Multimedia-Inhalte so gestaltet sein, dass sie mit Screenreadern kompatibel sind. Das bedeutet, dass die wichtigsten Informationen und Steuerungselemente (wie Play, Pause, Lautstärke) korrekt beschrieben werden, sodass der Screenreader diese den Nutzerinnen und Nutzern vorlesen kann.

Welche Herausforderungen treten bei der Umsetzung des BFSG auf?

Mangelndes Bewusstsein

Eine der größten Herausforderungen besteht darin, dass viele Unternehmen noch nicht ausreichend über Barrierefreiheit und die Anforderungen des BFSG informiert sind. Oft fehlt es an einem klaren Verständnis dafür, was Barrierefreiheit genau bedeutet und wie sie auf digitale Produkte, Webseiten oder Dienstleistungen angewendet werden kann. Ohne dieses Wissen können Unternehmen Schwierigkeiten haben, die richtigen Maßnahmen zu ergreifen. Hier gilt es, die Beschäftigten zu sensibilisieren, die sich z. B. um die Pflege und Entwicklung der Website kümmern.

Technische Komplexität

Die Umsetzung barrierefreier Webseiten und digitale Dienstleistungen erfordert technisches Know-how, das nicht immer in allen Unternehmen vorhanden ist. Es müssen beispielsweise barrierefreie Designs und strukturiertes HTML verwendet, Screenreader und andere Hilfsmittel berücksichtigt und multimediale Inhalte wie Videos mit Untertiteln oder Audiodeskriptionen versehen werden. Dies kann insbesondere bei bestehenden Systemen und Infrastrukturen zu erheblichen technischen Herausforderungen führen.

Fehlende Ressourcen

Gerade für kleinere Unternehmen oder solche ohne ausreichende personelle oder finanzielle Mittel kann es eine Herausforderung sein, die notwendigen Anpassungen vorzunehmen. Die erforderlichen Investitionen in Software, Schulungen, Tests und die Anpassung bestehender Produkte können Ressourcen in Anspruch nehmen, die nicht sofort verfügbar sind. Dies kann zu Verzögerungen bei der Umsetzung führen.

Rechtliche Anforderungen

Das BFSG legt eine Vielzahl von rechtlichen Anforderungen fest, die für Unternehmen schwer nachvollziehbar und umzusetzen sein können. Dazu gehört die genaue Beschreibung, wie die Anforderungen an die Barrierefreiheit erfüllt werden (Anlage 3 BFSG) sowie die spezifischen Anforderungen für unterschiedliche Arten von Produkten und Dienstleistungen.

Gibt es Tools mit denen man die Webseite auf Barrierefreiheit testen kann?

Online-Tools

- WAVE (Web Accessibility Evaluation Tool): WAVE prüft Webseiten auf Barrierefreiheitsprobleme und liefert eine detaillierte Übersicht. Es zeigt visuell an, welche Elemente auf der Seite barrierefrei sind und welche nicht.
- Axe Accessibility Checker: Dieses Tool ist als Browsererweiterung verfügbar und bietet eine schnelle Überprüfung von Webseiten. Es identifiziert Probleme bei der Barrierefreiheit und gibt Tipps zur Behebung.
- Google Lighthouse: Ein weiteres Tool, das direkt in den Chrome Developer Tools integriert ist. Mit Lighthouse kann man eine Barrierefreiheitsprüfung durchführen, und es bietet eine detaillierte Übersicht, wie gut die Seite zugänglich ist.

Manuelle Überprüfung

- Farbkontrast: Tools wie ein Farb-Kontrast-Analyzer, helfen bei der Sicherstellung eines ausreichenden Kontrasts zwischen Text und Hintergrund. Ein hoher Kontrast sorgt dafür, dass auch Menschen mit Sehschwäche Texte gut lesen können.
- Schriftgrößen: Text sollte nicht zu klein sein. Mindestens 16px ist eine gängige Empfehlung für den Fließtext.

Tastatur und Screenreader

- Tastaturnavigation: Alle wichtigen Funktionen auf der Webseite sollten mit der Tab-Taste erreichbar sein. Es sollte ein klarer Tab-Index vorhanden sein, der die Reihenfolge der Navigation festlegt. Formulare, Menüs und Buttons sollten mit der Tastatur bedient werden können.
- Screenreader-Test: Ein Test der Webseite mit einem Screenreader wie NVDA (für Windows) oder VoiceOver (für macOS) bietet sich an, um zu überprüfen, ob der Inhalt klar und sinnvoll vorgelesen wird. Alt-Texte für Bilder und die korrekte Benennung von Formularfeldern helfen genauso wie klar strukturierte Navigationselemente.

Müssen AGB angepasst werden?

Unternehmen müssen die Informationen gemäß Anlage 3 zum BFG auf ihrer Website bereitstellen. Dazu gehört eine Beschreibung, wie die Anforderungen an die Barrierefreiheit erfüllt werden. Diese Anforderungen ergeben sich aus der Verordnung zum BFG.

Bei Online-Shops gehört dazu etwa auch die Information, wie die angebotenen Produkte die Anforderungen an die Barrierefreiheit erfüllen, sofern der verantwortliche Wirtschaftsakteur solche Informationen zur Verfügung stellt.

Identifizierungs-, Authentifizierungs-, Sicherheits- und Zahlungsfunktionen müssen wahrnehmbar, sicher und robust zur Verfügung gestellt werden.

Das muss also nicht nur praktisch umgesetzt werden, sondern in der Erklärung zur Barrierefreiheit muss diese Umsetzung klar und verständlich (und barrierefrei!) beschrieben werden.

Diese Informationen gehören nach unserer Auffassung aber nicht in AGB. Hintergrund ist, dass in AGB Vereinbarungen getroffen werden. Bestenfalls richtet man eine eigenständige Unterseite ein, in der man über die Barrierefreiheit informiert und diese dann im Footer verlinkt. Die produktspezifischen Informationen sollten unmittelbar auf der Produktseite erteilt werden.

Die zu erteilenden Informationen unterscheiden sich von Webseite zu Webseite. Wer z.B. auch Videos einsetzt, muss beschreiben, wie diese für Menschen mit einer Sehbeeinträchtigung wahrgenommen werden können. Wer keine Videos nutzt, muss diese Information natürlich nicht erteilen.

Fazit

Abschließend lässt sich sagen, dass Barrierefreiheit nicht nur eine gesetzliche Verpflichtung ist, sondern auch eine Chance, die digitale Welt für alle Menschen zugänglicher und inklusiver zu gestalten. Die Umsetzung des Barrierefreiheits-Stärkungs-Gesetzes und die Berücksichtigung barrierefreier Gestaltungskriterien erfordert zwar eine gewisse Anstrengung, aber die Vorteile sind enorm. Unternehmen können nicht nur ihre Reichweite erweitern und neue Zielgruppen ansprechen, sondern sie zeigen auch Verantwortung und Engagement für eine gesellschaftliche Gleichstellung.

Die praktischen Tipps, die wir besprochen haben – wie der Einsatz von Automatisierungstools, die manuelle Überprüfung von Kontrasten und die Testverfahren mit Tastatur und Screenreader – sind relativ einfach umzusetzen und ermöglichen es, die Barrierefreiheit effektiv und nachhaltig zu verbessern. Es ist wichtig, Barrierefreiheit als fortlaufenden Prozess zu betrachten und sich kontinuierlich weiterzubilden, um den ständig wachsenden Anforderungen gerecht zu werden.

Langfristig gesehen ist Barrierefreiheit nicht nur eine rechtliche und ethische Verpflichtung, sondern auch ein Wettbewerbsvorteil. Unternehmen, die barrierefreie Produkte und Dienstleistungen anbieten, sichern sich nicht nur die Loyalität einer breiteren Nutzerschaft, sondern profitieren auch von einer positiven Markenwahrnehmung. Die Welt wird zunehmend digital und inklusiv, und wer frühzeitig auf Barrierefreiheit setzt, wird langfristig davon profitieren.