



# Testbericht: So barrierefrei sind Online-Shops in Deutschland

---

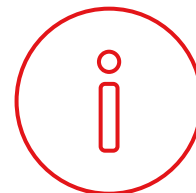
Eine Initiative von der Aktion Mensch, BITV-Consult, Google und der Stiftung Pfennigparade



# Inhalt

---

<b>Einführung</b>	<b>5</b>
Was wollen wir mit diesem Testbericht erreichen?	<b>6</b>
Warum haben wir für das Pilotprojekt Shopping-Webseiten ausgewählt?	<b>7</b>
<hr/>	
<b>Welche Kriterien haben wir herangezogen?</b>	<b>8</b>
<hr/>	
<b>Methodik:</b>	
<b>Wie haben wir den Test genau durchgeführt?</b>	<b>11</b>
<hr/>	
<b>Testergebnisse:</b>	
<b>So barrierefrei sind die untersuchten Webseiten</b>	<b>13</b>
1. Tastaturbedienbarkeit	<b>13</b>
2. Beschriftungen, Labels oder Anweisungen	<b>15</b>
3. Textgröße ändern	<b>16</b>
4. Textabstand und Textumbruch	<b>17</b>
5. Untertitel für multimediale Inhalte	<b>18</b>
6. Pausieren, beenden, ausblenden	<b>18</b>
7. Überschriften und Beschriftungen	<b>19</b>
8. Name, Rolle, Wert	<b>20</b>
<hr/>	



## **Handlungsempfehlungen:**

### **Was Betreiber von Webseiten tun können**

**21**

Grundsätzliche Tipps

**22**

Konkrete Empfehlungen

**25**

---

### **Fazit**

**27**

---

### **Rechtliche und politische Einordnung**

**28**

---

### **Über die Partner des Testberichts**

**30**

---

### **Anhang und nützliche Links**

**32**

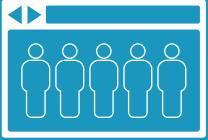
---

Impressum

**33**

# Barrierefreiheit im Netz nutzt allen

---



## Für 100 Prozent Ihrer Besucher\*innen ist sie hilfreich

- Barrierefreiheit bedeutet **hohe Benutzerfreundlichkeit**.
- Leichte und intuitive **Bedienbarkeit** hilft allen Kund\*innen.
- Mit hohen Kontrasten sind Ihre Texte immer gut lesbar – zum Beispiel auch auf dem Smartphone bei **Sonnenlicht**.
- Einfache Texte sind leicht verständlich und Ihre **Botschaften** kommen an.



## Für 30 Prozent ist sie notwendig

- Barrierefreiheit hilft Menschen mit **Sehchwäche**.
- Durch leichte Bedienbarkeit können Menschen mit **motorischen Einschränkungen** Ihre Website nutzen.
- Einfache Texte sind für **Nicht-Muttersprachler\*innen** und Menschen mit geringer Lesekompetenz leicht verständlich.



## Für 10 Prozent ist sie unerlässlich

- **7,8 Millionen Menschen** in Deutschland haben eine anerkannte Schwerbehinderung.
- Sie nutzen das Internet überdurchschnittlich intensiv und sind eine besonders **relevante Gruppe von Online-Kund\*innen**.
- Für ihren **Zugang** verwenden sie zum Beispiel reine Tastatursteuerung, Braille-Zeilen, Sprachausgabe oder Joysticks. Eine barrierefreie Website ist darauf abgestimmt.

# Einführung

---

## **Online lernen, online arbeiten, online einkaufen:**

Digitale Angebote erleichtern uns heutzutage in nahezu allen Bereichen den Alltag. Für die 7,8 Millionen Menschen in Deutschland mit einer anerkannten Schwerbehinderung sieht die Realität jedoch häufig anders aus. Denn: Digitale Barrieren machen ihnen den einfachen Zugang zu diesen Angeboten schwer. Das verhindert Teilhabe in der digitalen Welt. Neben Menschen mit Behinderung oder Beeinträchtigung werden durch digitale Barrieren zum Beispiel aber auch viele Senior\*innen ausgeschlossen oder Menschen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist. Fakt ist: Barrierefreiheit im Internet ist für zehn Prozent der Bevölkerung unerlässlich, für mindestens 30 Prozent notwendig und für 100 Prozent hilfreich (siehe dazu die Infografik auf Seite 4). Von einem einfachen und komfortablen Zugang zu Webseiten im Sinne eines Designs für alle profitiert also letztlich Jede\*.

Die Aktion Mensch, Stiftung Pfennigparade, BITV-Consult und Google haben daher gemeinsam einen Test entwickelt, der die Barrierefreiheit der meistbesuchten Onlineshops überprüft. Damit möchten die Initiatoren die hohe Bedeutung eines inklusiven Internets für die gesellschaftliche Teilhabe deutlich machen. Aktuell gibt es keine vergleichbare Initiative, welche die digitale Barrierefreiheit von (privatwirtschaftlichen) Webseiten auf ähnliche Weise systematisch erfasst und bewertet.

Dass das Thema relevant ist, untermauern die Zahlen des dritten Teilhabeberichts der Bundesregierung von 2021: **Im Jahr 2017 gab es in Deutschland 13,04 Millionen Menschen mit Beeinträchtigung, davon wiederum hatten 7,8 Millionen eine anerkannte Schwerbehinderung: Darunter 4.641.000 Menschen mit einer körperlichen Behinderung, 351.000 Menschen mit Blindheit oder einer Sehbehinderung, 318.000 Menschen mit einer Sprach- oder Sprechstörung, Taubheit, Schwerhörigkeit oder mit Gleichgewichtsstörungen, 644.000 Menschen mit einer psychischen Behinderung und 310.000 Menschen mit einer kognitiven Behinderung.** Insbesondere diese Menschen profitieren von Barrierefreiheit im Netz.

Ab Juni 2025 sind privatwirtschaftliche Anbieter zur Barrierefreiheit von digitalen Produkten und Dienstleistungen gesetzlich verpflichtet. Auch wird die Bundesregierung im Zuge der neuen Bundesinitiative Barrierefreiheit unter der Federführung des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) weitere Gesetze prüfen und weiterentwickeln. Doch auch unabhängig von gesetzlichen Auflagen können Unternehmen schon jetzt einen großen Beitrag leisten zur Verwirklichung von digitaler und damit gesellschaftlicher Teilhabe – durch die Umsetzung von Barrierefreiheit ihrer Produkte, Dienstleistungen und Webseiten.

# Was wollen wir mit diesem Testbericht erreichen?

---



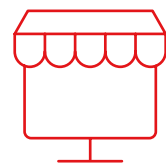
**Größtmögliche digitale Barrierefreiheit für alle:** Es ist eine anspruchsvolle Aufgabe, die digitale Präsenz vollständig barrierefrei zu gestalten. Unser Testbericht soll den Einstieg in dieses komplexe Thema erleichtern und Berührungspunkte abbauen. Der von uns entwickelte Test betrachtet acht besonders wichtige Kriterien für digitale Barrierefreiheit auf Basis der Web Content Accessibility Guidelines des World Wide Web Consortiums (W3C). Wir erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Zudem haben wir uns in unserem ersten Testbericht auf Shopping-Portale konzentriert und ausschließlich diese getestet.

Auf den folgenden Seiten werden wir zunächst unsere Methodik erläutern. Nach der Definition der ausgewählten Webseiten folgen die acht betrachteten Kriterien. Im Anschluss gehen wir genauer auf die Testmethodik ein und konkretisieren, wie die untersuchten Webseiten jeweils abschneiden. Es folgen Handlungsempfehlungen sowie ein Überblick von der Überwachungsstelle des Bundes für Barrierefreiheit von Informationstechnik (BFIT Bund) über den politischen und rechtlichen Rahmen.

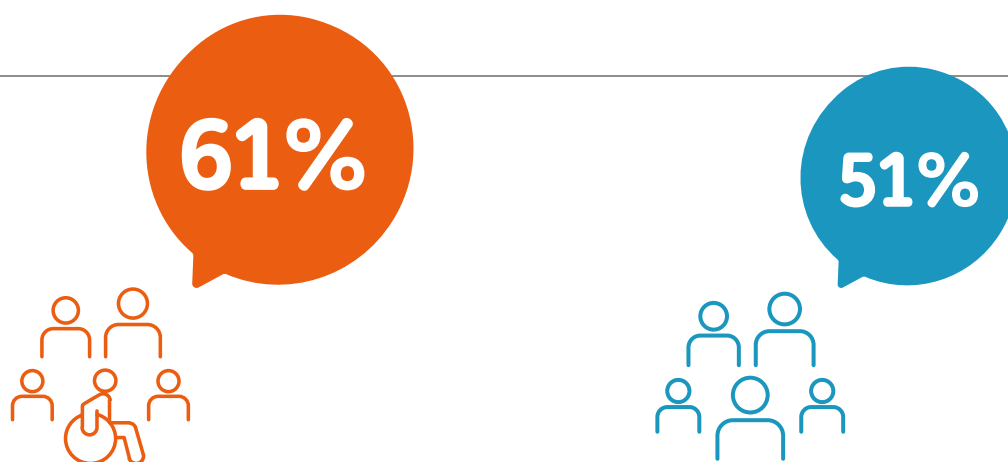
# Warum haben wir für das Pilotprojekt Shopping-Webseiten ausgewählt?

---

**Weniger Aufwand, keine Wege:** Laut Studien der Aktion Mensch nutzen Menschen mit Beeinträchtigung Online-Shops im Durchschnitt häufiger als Menschen ohne Beeinträchtigung. Die Ergebnisse zeigen, dass 61 Prozent der Menschen mit Beeinträchtigung sehr häufig oder häufig online einkaufen. Dem gegenüber stehen 51 Prozent der Menschen ohne Beeinträchtigung, die dies tun. Ein Grund dafür ist häufig eingeschränkte Mobilität: Viele Menschen mit Beeinträchtigung kaufen im Internet ein, da sie weniger mobil sind und Wege vermeiden möchten. Der Online-Einkauf ist somit für viele Menschen eine notwendige Alternative zum stationären Handel. Umso wichtiger ist es für sie, dass der digitale Handel barrierefrei ist.



Übrigens: Auch bezogen auf die Gesamtbevölkerung wächst die Beliebtheit von Online-Shopping – die Pandemie war dabei ein großer Treiber. Eine repräsentative Statista-Umfrage zeigt, dass die E-Commerce-Branche bis 2025 knapp 100 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften wird. Mode und Elektronik sind dabei die umsatzstärksten Branchen.



---

**61 Prozent der Menschen mit Beeinträchtigung** shoppen sehr häufig oder häufig online, aber nur **51 Prozent der Menschen ohne Beeinträchtigung**.

---

# Welche Kriterien haben wir herangezogen?

---

**Der internationale Standard** zur barrierefreien Gestaltung von Webseiten namens **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) (V2.1)** vom World Wide Web Consortium (W3C) enthält insgesamt 78 Kriterien, die auf die unterschiedlichen Formen von Beeinträchtigungen ausgerichtet sind.

Unser Expert\*innenteam von der Aktion Mensch, BITV-Consult, Stiftung Pfennigparade und Google hat aus diesen 78 Kriterien nutzerzentriert acht ausgewählt. Die Erfüllung dieser acht Kriterien ist besonders wichtig für Menschen mit Beeinträchtigungen oder Behinderungen wie Blindheit und Sehbehinderung, Gehörlosigkeit sowie nachlassendes Hörvermögen, kognitive Beeinträchtigung und eingeschränkte Bewegungsfähigkeit.

## 1. Tastaturbedienbarkeit (WCAG 2.1.1)

**Wichtig für:** blinde Menschen oder Menschen mit Sehbehinderung sowie Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen oder eingeschränkter Bewegungsfreiheit

Alle Funktionalitäten des Inhalts müssen durch eine Tastaturschnittstelle (Keyboard-Interface) bedienbar sein, ohne dass eine bestimmte Zeiteinteilung für einzelne Tastenanschläge erforderlich ist. Die Tastaturbedienbarkeit ist eine grundlegende Funktion, auf der viele andere assistive Technologien wie Screenreader oder alternative Keyboard-Interfaces aufsetzen. Die Tastaturbedienbarkeit gewährleistet die grundsätzliche Lesbarkeit einer Webseite und ermöglicht es, auf einer Seite navigieren zu können.

Voraussetzung für die Tastaturbedienbarkeit: Alle Funktionen des Webseiten-Inhalts müssen durch ein Keyboard-Interface bedienbar sein. Elemente wie Links, Formularfelder oder Buttons müssen durch die Tab-Taste erreichbar und die Bestätigung durch die Eingabe- oder Leertaste möglich sein. Außerdem müssen Elemente, die einen Status haben (wie Filter oder Mengenänderungen) mittels Tastatur bedienbar sein.

Die Tastaturbedienbarkeit ist damit eine Grundvoraussetzung für digitale Barrierefreiheit und somit auch für weitergehende Tests im Rahmen unserer Untersuchung.

## 2. Beschriftungen, Labels oder Anweisungen (WCAG 3.3.2)

**Wichtig für:** Menschen, die aufgrund einer Sehbehinderung Vergrößerungssoftware nutzen sowie Menschen, die aufgrund einer Körperbehinderung Sprach-eingabe-Software nutzen

Wenn der Inhalt eine Eingabe durch die Benutzer\*innen verlangt, müssen Beschriftungen, Labels oder Anweisungen bereitgestellt werden. Beim Onlinekauf müssen meistens viele Formularfelder ausgefüllt werden, um eine Bestellung ausführen zu können. Daher ist es sehr wichtig, dass es Labels gibt, die genau beschreiben, was von den Kund\*innen als Input benötigt wird. So sollte ein Label vorgelesen werden, wenn ein Eingabefeld angesteuert und ausgefüllt werden muss. Die Verbindung von dem Label und dem entsprechenden Formularfeld muss ersichtlich sein.



Beispiele:

Die Labels stehen vor dem jeweiligen Formularfeld, damit sie auch nach Eingabe von Daten sichtbar sind.

Die Vorgabe für das Format einer Datumseingabe ist mit TT.MM.JJJJ allgemeinverständlich vorgegeben.

### 3. Textgröße ändern (WCAG 1.4.4)

**Wichtig für:** sehbehinderte Menschen, kann auch bei Dyslexie relevant sein

Texte müssen sich ohne assistive Technik auf bis zu 200 Prozent in der Größe ändern lassen, wobei Informationen und Funktionalität gewahrt bleiben.

Kund\*innen mit leichten visuellen Beeinträchtigungen können von einer dynamischen Skalierung der Inhalte stark profitieren, wenn sie also die Schrift vergrößern und Inhalte besser erfassen können. Eine gute Skalierbarkeit von Inhalten kann kaufentscheidend sein.

### 4. Textabstand (WCAG 1.4.12) und Textumbruch (WCAG 1.4.10)

**Wichtig für:** sehbehinderte Menschen, kann auch bei Dyslexie relevant sein

Benutzer\*innen müssen den Textabstand auf ihren Geräten verändern können, um eine höhere Lesbarkeit zu erreichen, wobei Informationen und Funktionalität gewahrt bleiben.

Textumbruch, auch Umfluss oder Reflow genannt: Wichtig ist hier, dass Textinhalte umbrechen und nicht abgeschnitten werden, so dass die Information weiterhin lesbar ist.

Beispiel:

Mittels Plug-in wird die Darstellung von Textabstand und Zeilenabstand vergrößert und damit die Lesbarkeit für die betreffenden Nutzer\*innen verbessert. Alle Inhalte bleiben trotz dieses Eingriffs problemlos lesbar und nutzbar.

### 5. Untertitel für multimediale Inhalte wie Videos (WCAG 1.2.2)

**Wichtig für:** Menschen mit eingeschränktem oder fehlendem Hörvermögen

Für alle Audioinhalte in Medien wie Videos müssen die Anbieter Untertitel bereitstellen.

Das Erfolgskriterium für diese Richtlinie ist es, Menschen, die taub oder schwerhörig sind, zu ermöglichen, den Ton eines Videos durch Untertitel zu erfassen. Diese Richtlinie haben wir in unsere Tests integriert, falls etwa Online-Shops Videos beinhalten, um Inhalte zu erklären, zum Beispiel die Funktionsweise eines elektrischen Haushaltsgerätes.

### 6. Pausieren, beenden, ausblenden (WCAG 2.2.2)

**Wichtig für:** Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen sowie für sehbehinderte und blinde Menschen

Informationen, die sich bewegen oder automatisch selbst aktualisieren, die blinken oder scrollen, müssen einen Mechanismus haben, durch den ein\*e Benutzer\*in diese pausieren, beenden oder ausblenden kann. Für Menschen, die Schwierigkeiten haben, Inhalte zu erfassen oder der Bewegung nur schwer folgen können, können solche Bewegt-Informationen eine Barriere darstellen. Auch Menschen mit einer Aufmerksamkeitsdefizit-Hyperaktivitätsstörung (ADHS) können blinkende Elemente als Ablenkung empfinden, so dass ein Fokus auf andere Inhalte der Webseite erschwert wird.

Beispiel:

Für Animationen wie das Shopping-Karussell auf der Homepage ist es wichtig, dass die Kund\*innen die Möglichkeit haben, dieses zu pausieren oder zu stoppen. Bewegt-Inhalte, die nicht schnell genug erfassbar sind, können sonst stark ablenken.

## 7. Überschriften und Beschriftungen (Labels) (WCAG 2.4.6)

**Wichtig für:** blinde und sehbehinderte Menschen, Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen, letztlich für alle Menschen

Alle Bestandteile der Benutzerschnittstelle und Navigation müssen bedienbar sein. Benutzer\*innen müssen darin unterstützt werden, Inhalte zu finden und zu jeder Zeit bestimmen zu können, an welcher Stelle der Webseite sie sich befinden.

Wenn eine Webseite Überschriften und Labels verwendet, müssen diese aussagekräftig und verständlich sein. Beschreibende Überschriften sind besonders hilfreich für Menschen mit solchen Beeinträchtigungen, die das Lesen erschweren und für Menschen mit begrenztem Kurzzeitgedächtnis. Für sie ist es von Vorteil, wenn die Überschriften der einzelnen Abschnitte eine Einschätzung des jeweiligen Inhalts ermöglichen.

Menschen, die Schwierigkeiten haben, ihre Hände zu benutzen, oder die dabei Schmerzen haben, profitieren von Techniken, die die Anzahl der Tastenanschläge reduzieren, die erforderlich sind, um den gewünschten Inhalt zu erreichen.

Dieses Erfolgskriterium hilft auch denjenigen, die Screenreader verwenden, indem es sicherstellt, dass Beschriftungen und Überschriften sinnvoll sind, wenn sie aus dem Kontext herausgelöst gelesen werden. Das ist zum Beispiel bei einem Inhaltsverzeichnis der Fall oder wenn innerhalb einer Seite von einer Überschrift zur nächsten gesprungen wird.

Auch Benutzer\*innen mit Sehbehinderung, die jeweils nur wenige Wörter sehen können, profitieren davon. So können sie sich letztlich besser durch die Webseite bewegen und gesuchte Informationen schneller finden.

## 8. Name, Rolle, Wert (WCAG 4.1.2)

**Wichtig für:** blinde und sehbehinderte Menschen, Menschen mit körperlichen Einschränkungen sowie Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen

Beim Online-Einkauf müssen auf der Webseite häufig interaktive Elemente bedient werden. Dies kann zum Beispiel ein Knopf oder ein Dropdown-Menü für die Größenauswahl bei der Bestellung von Modeartikeln sein. Assistive Technologien müssen die Chance haben, diese Werte auszulesen, zu aktivieren oder zu verändern. Die Nutzer\*innen müssen angesagt bekommen, welcher Status gerade besteht und welche Menüpunkte offen sind.

Diese Funktionalität ist zentral für alle Menschen, die durch die Nutzung von assistiver Technologie auf eine semantisch korrekte Repräsentation von Elementen der grafischen Benutzeroberfläche auf Maschinenebene angewiesen sind. Das sind zum Beispiel Nutzer\*innen von Screenreadern, Vergrößerungssoftware oder auch Spracherkennungssoftware.

# Methodik:

## Wie haben wir den Test genau durchgeführt?

---

**Den im Folgenden beschriebenen Versuchsaufbau** haben die Expert\*innen mit Behinderung der Stiftung Pfennigparade und BITV-Consult gemeinsam mit der Aktion Mensch und Google definiert und getestet:

Der Ausgangspunkt unserer Untersuchung waren die Top-500 Webseiten<sup>1</sup> in Deutschland. Von ihnen haben wir diejenigen genauer betrachtet, die über einen E-Commerce-Webshop verfügen und auf denen gleichzeitig die komplette „User Journey“ angeboten wird – vom Browsen, also dem Durchsuchen von Datenbanken, bis hin zum Kaufabschluss. So kamen im Ergebnis 78 Webseiten<sup>2</sup> zusammen, die wir haben testen lassen.

Zum Start der Tests haben wir mit [Google Lighthouse](#), einem Open-Source-Tool zur Qualitätsmessung von Webseiten, automatisiert geprüft, welche Barrieren auf den 78 Webseiten auftreten. Hierbei konnten wir zum Beispiel schon feststellen, dass viele Webseiten die hierarchische Ordnung der Überschriften übergehen. In Phase zwei haben wir dies manuell im Detail geprüft.

Diese automatisierten Tests sind nur eine erste Indikation für Mängel hinsichtlich digitaler Barrierefreiheit. Weitere, qualitative Tests durch Menschen mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen waren demnach zwingend erforderlich. Diese Tests haben wir in zwei Phasen unterteilt:

1. In Phase eins haben unsere Tester\*innen die 78 E-Commerce-Seiten auf ihre Tastaturbedienbarkeit geprüft, denn: Hierbei handelt es sich um eine Grundvoraussetzung für digitale Barrierefreiheit. Der Test fand am 27.2.2023 statt.
2. In Phase zwei haben unsere Tester\*innen all jene Webseiten, die das Kriterium der Tastaturbedienbarkeit erfüllten, auf bis zu sieben weitere – oben beschriebene – Kriterien überprüft. Unsere Tester\*innen repräsentierten dabei verschiedene Beeinträchtigungen. Die Tests fanden vom 18.–30.4.2023 statt.

Unser Expert\*innenteam hat für beide Testphasen eine typische „User Journey“ beim Online-Shopping definiert. Sie war von unseren Tester\*innen zu durchlaufen. Dabei galt es, beim Start der Homepage oder Landingpage zunächst zu prüfen, ob es den Tester\*innen überhaupt möglich ist, das Cookie-Banner oder etwaige andere Elemente mit der Tastatur zu bedienen oder mit dem Screenreader wahrzunehmen.

Änderung der Mengenangabe, Anpassung der Farbe eines Kleidungsstücks: Im nächsten Schritt ging es darum, dass unsere Tester\*innen sich durch den Shop bewegen, Artikel suchen und finden sollten. Wie barrierefrei waren Kategorien- und Produktdetailseiten gestaltet? Unsere Tester\*innen sollten das untersuchen, bevor sie ihre Artikel dem Warenkorb hinzufügen. Auf der Warenkorbseite sollten sie tes-

---

1 Trafficdaten von [Similarweb](#); Datenauszug vom 22.12.2022

2 Siehe Anhang Seite 32

ten, ob Mengenänderungen möglich und alle Preise korrekt ausgegeben waren. Im Anschluss hatten sie die Aufgabe, den gesamten Checkout bis zum „Jetzt bezahlen“-Knopf zu durchlaufen.

### **Zusatzinformationen**

Unsere Tester\*innen haben den Bezahlvorgang als solchen nicht geprüft, denn je nach Anbieter sind ganz unterschiedliche externe Zahlungsmethoden in eine Webseite eingebunden. Gleichwohl ist es für Shopbetreiber essenziell, sicherzustellen, dass auch die Bezahlmöglichkeiten barrierefrei sind.

Wer genau waren unsere Tester\*innen? Unsere sieben Testexpert\*innen kommen von der Stiftung Pfennigparade und der Beratungsfirma BITV-Consult. Dabei handelt es sich um eine Gruppe von Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen. Im Vordergrund standen bei diesem Test verschiedene körperliche und Sinnes-Behinderungen: starke Seheinschränkungen, Bewegungseinschränkungen (Spastik, Lähmung) sowie erworbene Hirnschädigungen. Je nach Einschränkungen haben die Tester\*innen unterschiedliche Eingabegeräte genutzt, wie Spracheingabe, (Spezial-)Maus und (Spezial-)Tastatur, Joystick, Augensteuerung. Auch die Ausgabegeräte waren an die jeweilige Person angepasst und reichten von Bildschirmen und Voice Over bis hin zu Screenreadern. Die Testexpert\*innen nutzten verschiedene Android Smartphones mit Android Version 13 und Chrome Browser. Auf anderen Betriebssystemen und Browsern ist ein größtenteils ähnliches Ergebnis bei diesen Kriterien zu erwarten.

# Testergebnisse:

## So barrierefrei sind die untersuchten Webseiten

---

### 1. Tastaturbedienbarkeit

Kein sichtbarer Tastaturfokus, keine Kontrastfarbe, nicht tastatur-bedienbare Elemente: Die Mehrzahl der von uns getesteten Webseiten konnte das Kriterium der Tastaturbedienbarkeit nicht erfüllen. Am häufigsten war zu bemängeln, dass die Webseiten nicht über einen sichtbaren Tastaturfokus verfügten. Das kann es den beeinträchtigten User\*innen erschweren, zu wissen, welches Element gerade ausgewählt ist und führt in der Folge zu Fehlern. Auch eine falsche oder unlogische Tab-Reihenfolge haben unsere Tester\*innen häufig identifiziert – sie machen es den User\*innen schwerer, durch eine Webseite zu navigieren, ebenso wie nicht tastatur-bedienbare Elemente. Diese führen zudem dazu, dass es zum Beispiel zu Problemen bei der Größen- oder Farbauswahl sowie bei der Mengenauswahl kommt. Insbesondere Benutzer\*innen mit Sehbeeinträchtigungen standen auf vielen der untersuchten Webseiten vor der Herausforderung einer fehlenden Kontrastfarbe: Sind Farben der Texte und Hintergründe nicht stark genug kontrastiert, ist es schwierig bis unmöglich für sie, diese Texte zu lesen. Eine weitere Hürde stellten eingeblendete Inhalte wie Banner dar, welche die Tester\*innen auf der Website nicht schließen konnten. Das macht es für sie problematisch, durch den Hauptinhalt einer Seite zu navigieren. Zu guter Letzt identifizierten unsere Tester\*innen ein Cookie-Overlay-Problem: Häufig blendete das Cookie-Overlay den Hauptinhalt der Webseite aus, sodass User\*innen keinen Zugriff auf die Seite hatten. Oft ließ sich dieses Overlay auch nicht mit der Tastatur schließen.

Gesamtergebnis: Lediglich 17 von den insgesamt 78 untersuchten Webseiten erfüllten das Kriterium der Tastaturbedienbarkeit. Vor dem Hintergrund, dass dieses Kriterium zentrale Basis für die Barrierefreiheit darstellt, hat sich die weitere Untersuchung zu den anderen Kriterien für die betreffenden Webseiten erübrigt.

Wir möchten den betroffenen Webseiten nicht absprechen, dass ihnen digitale Barrierefreiheit am Herzen liegt und sie möglicherweise andere Elemente barrierefrei gestaltet haben und mit unterschiedlichen Maßnahmen an dem Thema arbeiten. Gleichwohl möchten wir darauf hinweisen und motivieren, den Fokus zu allererst auf Tastaturbedienbarkeit zu legen, da sie die Basis für digitale Barrierefreiheit darstellt.

In den folgenden Kapitel zeigen wir, wie die Testergebnisse der 17 tastaturbedienbaren Webseiten aussehen:

Denn in unserer Testung gab es auch positive Beispiele für die Tastaturbedienbarkeit. So wird auf der Webseite von DM die Frage, ob Cookies akzeptiert werden, in der Tab-Reihenfolge als erstes angesteuert. Das ermöglicht zum Beispiel Menschen mit Sehbeeinträchtigung ein einfaches Weitersurfen auf der Webseite, nachdem sie sich für die Zustimmung oder Ablehnung von Cookies entschieden haben. In den Fällen, wo das Cookie-Overlay in der Tab-Reihenfolge weit hinten oder gar nicht angesteuert werden kann, sind diese Webseiten hingegen unter Umständen für Menschen mit dieser Beeinträchtigung nicht benutzbar.

## Beispielbild DM.de

Auf der Webseite von DM wird die Frage, ob Cookies akzeptiert werden, in der Tab-Reihenfolge als Erstes angesteuert. Bei vielen anderen Webseiten war das Cookie-Overlay in der Tab-Reihenfolge weit hinten oder gar nicht ansteuerbar.



The screenshot shows the DM.de mobile app interface. At the top, there is a search bar with the text "Suchen und finden" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there is a green checkmark and the text "dm-Dauerpreis - dauerhaft günstig einkaufen". The main content area features a promotional banner for "Frosch" cleaning products, showing a green frog character and two bottles of Frosch. Below the banner, there is a white overlay with the DM logo and the text "Mit Frosch in eine grüne Zukunft starten". The overlay contains the following text: "Kurz die Cookies, dann geht's weiter...", "Für ein bestmögliches Nutzererlebnis setzen wir Cookies und andere Technologien ein. Diese kannst Du hier auswählen oder ablehnen.", "Datenschutzerklärung Impressum", and two buttons: "Alles akzeptieren" (highlighted with a green border) and "Einstellungen".

## Beispielbild Ikea.com

Überzeugen beim Kriterium der Tastaturbedienbarkeit konnte ebenso die Webseite von Ikea. Denn: Sie bietet den Nutzer\*innen an, die Navigation zu überspringen und direkt in den Hauptteil zu gelangen. Dies ist im Kontext von Online Shopping sehr hilfreich, da User\*innen so direkt zu den Produktdetails gelangen können, ohne vorab durch Funktionen wie die Suche oder das Menü navigieren zu müssen.



The screenshot shows the Ikea.com mobile app interface. At the top, there is a button labeled "Zu Hauptinhalt springen". Below this, there is the Ikea logo and a search bar with the text "Was suchst du?". The main content area features a blue banner with the text "Willkommen bei IKEA Deutschland" and "Kostenlose Pakettlieferung". Below the banner, there is a white overlay with the text "Genieße den Moment" and "Verschönere dir mit unseren günstigen und praktischen Accessoires deinen Esstisch und freu dich auf die Grillsaison."

## 2. Beschriftungen, Labels oder Anweisungen

Wie oben bereits ausgeführt, müssen User\*innen beim Onlinekauf oft viele Formularfelder ausfüllen, um eine Bestellung ausführen zu können. Bei wenigen Webseiten fehlten an einigen Stellen Beschriftungen. Es wurden dafür jedoch sinnvolle Platzhalter bei der Formulareingabe bereitgestellt, die nicht beim Fokussieren des Elements verschwinden, sondern erst bei der Zeicheneingabe. Davon profitieren sehbeeinträchtigte Menschen, die mit einer Bildschirmvergrößerung arbeiten. Alle 17 Testseiten haben dieses Kriterium bestanden, in dem Beschriftungen (Labels) für Formulare hinzugefügt wurden.

### Beispielbild Wayfair.de

Wie bei Wayfair.de sichtbar, werden Beschriftungen (Labels) vor beziehungsweise in Formularfeldern angegeben, die den Nutzer\*innen verdeutlichen, was genau in die Felder einzutragen ist. Bei Wayfair.de ist die Beschriftung zunächst im Formularfeld sichtbar und verschiebt sich beim Anwählen des Formularfeldes vor das Feld selbst.

The screenshot shows the 'Lieferadresse' (Delivery Address) form on Wayfair.de. The form is titled 'Lieferadresse > Zahlungsinformationen > Versandart'. It contains several input fields: 'Vorname und Nachname', 'Land' (set to 'Deutschland'), 'Straße & Hausnummer', 'Adresszusatz (optional)', 'Postleitzahl', 'Stadt', and 'Telefonnummer' (with a country code dropdown set to '+49'). Below these fields is a checkbox for 'Als Standard-Lieferadresse festlegen' and a 'Speichern & Weiter' button. A green box highlights the 'Straße & Hausnummer' field, showing the label 'Straße & Hausnummer' and a left-pointing arrow inside the field.

This screenshot shows the same 'Lieferadresse' form as the previous one, but with the 'Straße & Hausnummer' field selected. The label 'Straße & Hausnummer' and the left-pointing arrow have moved to the top right of the field, outside the main input area. A blue box highlights this area. The rest of the form, including the 'Speichern & Weiter' button, remains the same.

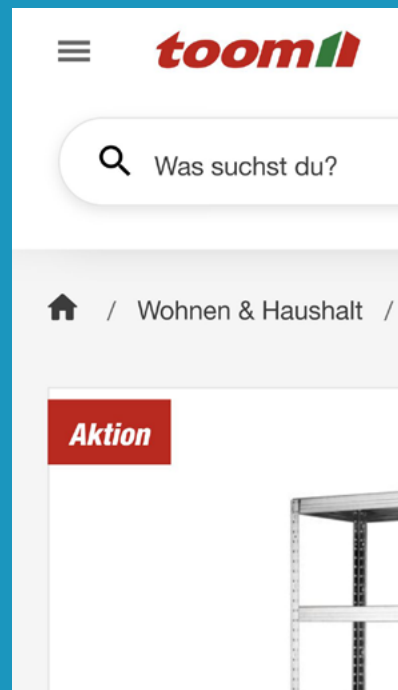
### 3. Textgröße ändern

Änderung der Textgröße ohne Informationsverlust: Sofern die Textgröße betriebssystemseitig geändert wurde – in der Regel handelt es sich um eine Vergrößerung – sollte sich dies ohne den Verlust von Informationen auf die Darstellung im Browser auswirken. Dieses Kriterium erfüllten insgesamt 15 von den 17 getesteten Webseiten.

Vergrößerung von Fotos oder Webseiten durch das Auseinanderziehen von zwei Fingern: Die Multitouch-Funktion „Pinch-To-Zoom“ ist ein Muss. Insbesondere Nutzer\*innen mit leichter Sehbeeinträchtigung profitieren von ihr, um sich auf einer Website orientieren zu können. Obgleich es auf dem Smartphone von allen Nutzer\*innen erwartet wird, konnten zwei der untersuchten Seiten dieses Kriterium nicht erfüllen. Zwar bietet Chrome in seinen Einstellungen die Möglichkeit, „Pinch-To-Zoom“ immer zu aktivieren, aber die wenigsten User\*innen werden diese Funktion kennen oder sie in den Einstellungen suchen.

#### Beispielbild [toom.de](https://www.toom.de)

Auf diesem Beispielbild von toom.de ist zu sehen, wie die Webseite auf dem Smartphone via „Pinch-To-Zoom“ vergrößert wurde, um eine bessere Lesbarkeit zu erreichen.





## 4. Textabstand und Textumbruch

Fast alle (16 von 17) der getesteten Webseiten ermöglichen den Zeilenumbruch bei Veränderung des Textabstandes, zum Beispiel bei Änderung der Zeilenhöhe oder des Buchstabenabstands. In wenigen Fällen waren die Inhalte danach teilweise abgeschnitten, aber sie waren grundsätzlich weiterhin lesbar.

### Beispielbilder Nike.com

**Bild 1** zeigt eine Produktdetailseite auf Nike.com mit normalem Textabstand.

Die Textzeile wird auf **Bild 2** korrekt umbrochen, nachdem der Textabstand vergrößert wurde.

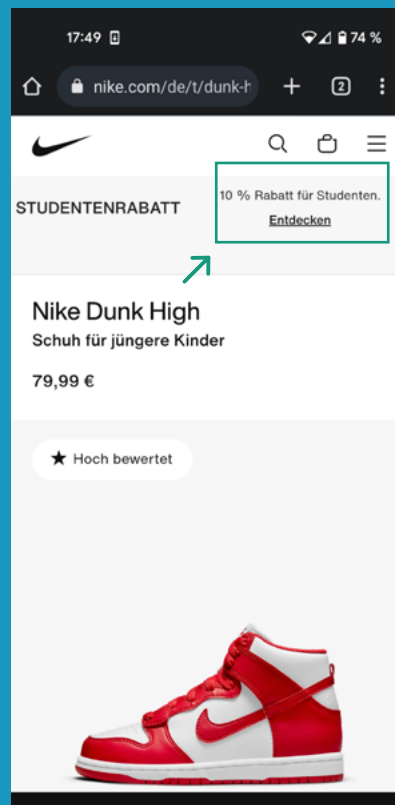


Bild 1

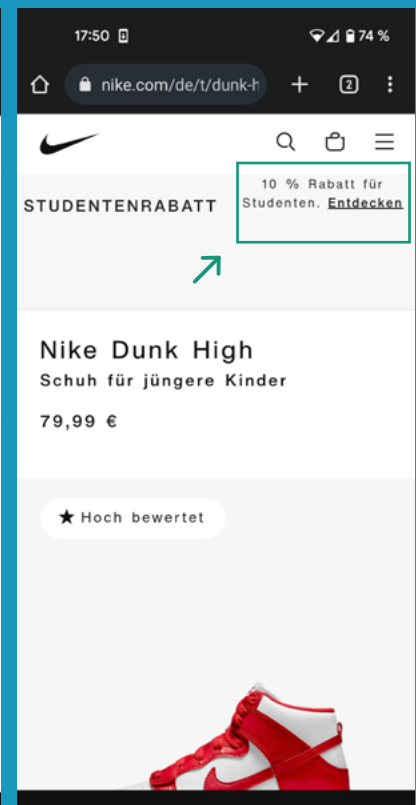


Bild 2

## 5. Untertitel für multimediale Inhalte

Zwölf von 17 Online-Shops hatten in der Testphase keine Videos in der unmittelbaren User Journey. Vier der 17 Online-Shops hatten Videos, in denen nicht gesprochen wurde. Insofern war hier kein Untertitel notwendig. Gleichwohl wäre hier eine Medienalternative wie beispielsweise Audiodeskription, also eine akkustische Bildbeschreibung für Menschen Sehbehinderung, oder Volltext-Beschreibung empfehlenswert, um weitere Barrieren abzubauen.

Als einziges positives Beispiel sei die Implementation von Videos auf Playstation.com zu nennen. Da alle Videos über Youtube ausgespielt werden, sind alle untertitelt. (Siehe Beispiel-Infokasten unten)

## 6. Pausieren, beenden, ausblenden

Von den untersuchten Webseiten wiesen insgesamt acht von ihnen bewegliche Elemente auf. Keine dieser Seiten konnte das Kriterium erfüllen. Die Hauptursache waren Produkt-Karussells, die automatisch beginnen und von den Tester\*innen nicht pausiert werden konnten. Da die übrigen neun Webseiten keinerlei solcher Elemente aufwiesen, wurden sie von unseren Tester\*innen auch nicht auf dieses Kriterium geprüft.

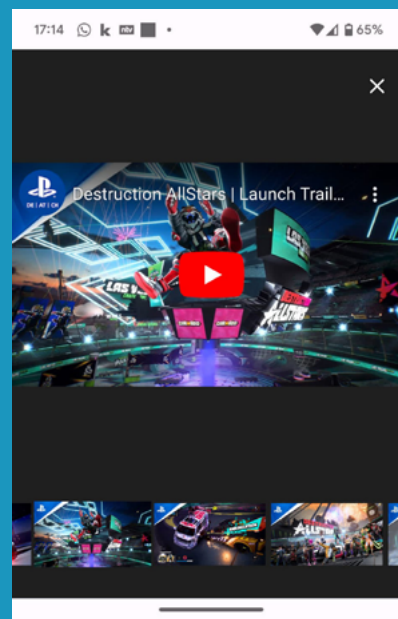
### Beispielbilder Playstation.com

Durch die Integration des Youtube Players wird die automatische Untertitelung ermöglicht.

Die Einbettung von Gebärdensprachvideos ist zu empfehlen, um eine vollständige Barrierefreiheit von Videos mit Ton zu gewährleisten.

Ein Beispiel ist hier zu sehen:

➔ [www.aktion-mensch.de/inklusion/barrierefreiheit/barrierefreie-videos-fuer-alle](http://www.aktion-mensch.de/inklusion/barrierefreiheit/barrierefreie-videos-fuer-alle)



## 7. Überschriften und Beschriftungen

Bei diesem Kriterium geht es um die Verständlichkeit der Überschriften, nicht um die Hierarchie. Lediglich eine Webseite konnte unsere Tester\*innen mit ihren Überschriften und Beschriftungen überzeugen.

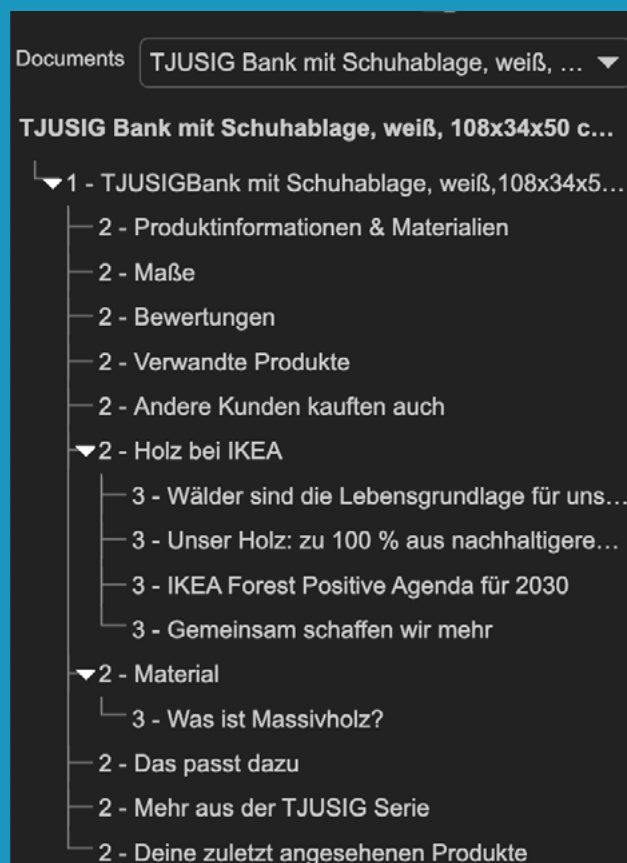
Hier und da fanden sich sehr allgemeine Überschriften wie „Primär“, „Allgemein“ oder „HalliHallo, Sommer“. Wichtig ist, dass das „Inhaltsverzeichnis“ der Seite sinnvoll erfassbar ist. Ist das der Fall, können auch Werbebotschaften integriert werden.

Punkten konnte einzig die Webseite von Ikea. Die Überschriften waren verständlich und zusätzlich in eine sinnvolle Hierarchie geordnet. Die Inhalte sowie die Struktur waren gut nachvollziehbar und dadurch auch beim Einsatz von Screenreadern hilfreich.

### Beispielbild Browsererweiterung

Beispielbild der Browsererweiterung Headingsmap (siehe Seite 23) auf einer Ikea.com Produktseite. Die Überschriften sind aussagekräftig und hierarchisch sinnvoll strukturiert.

Eine schnelle Navigation zu den Sektionen der Produktseite sind so möglich und helfen Nutzer\*innen sich schnell zurecht zu finden.



## 8. Name, Rolle, Wert

Auf zwölf von 17 Webseiten war es unseren Tester\*innen möglich, erfolgreich durch den Kaufprozess zu navigieren, da die Bedienelemente in der Regel korrekt erkannt wurden.

Gleichwohl kam es häufiger zu Problemen mit der Beschriftung und der Anzeige des Status von Bedienelementen und Auswahlmöglichkeiten. Zudem haben die sogenannten Hamburger-Menü-Symbole<sup>3</sup> nicht immer mitgeteilt, ob es sich um ein ausklappbares Menü handelt und welchen Status das Menü hat. (Siehe Beispiel-Infokasten unten)

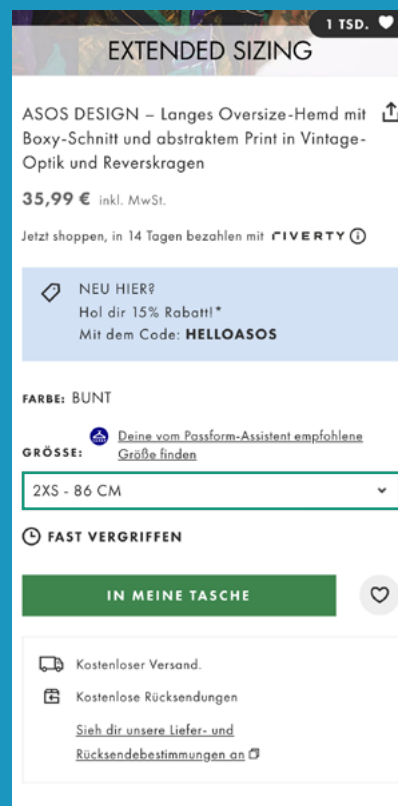
Ebenfalls wichtig ist die korrekte Bezeichnung der Formularfelder. Bei Zahlenwerten ist darauf zu achten, dass diese als Zahlenfelder gekennzeichnet wer-

den. Denn sollte beispielsweise eine Preisangabe als Textfeld gekennzeichnet sein, so liest der Screenreader die Preisangabe ohne Komma vor: Der Preis von „1,99 Euro“ wird dann als „199 Euro“ vorgelesen.

**Struktur, Logik, Beschriftung:** Auf dem Weg zu einem barrierefreien und komfortablen digitalen Einkaufserlebnis für alle sind gut strukturierte, logisch aufgebaute Seiten mit ordentlich beschrifteten Elementen bereits ein wichtiger Schritt. Achten die Webseiten-Betreiber zudem auf redaktionelle Elemente wie einfache Sprache und die Anreicherung von Videos mit Untertiteln, ist bereits vieles erreicht. Übrigens: All diese Elemente fördern die Barrierefreiheit der Seite und machen sie zugleich komfortabler für alle Kund\*innen – im Sinne eines Designs für alle, welches anwenderfreundlich, anpassbar und nutzerorientiert ist.

### Beispielbild Asos.com

Bei Asos.com wurden alle interaktiven Bedienelemente im Bestellprozess korrekt beschriftet und ihr Status wurde erkannt. So wird beispielsweise die vorausgewählte Größe korrekt ausgelesen und die Nutzer\*innen können die Auswahl problemlos verändern.



<sup>3</sup> Dabei handelt es sich um das Computer-Symbol mit drei waagerechten Strichen, das zum Öffnen und Schließen eines Menüs genutzt wird. Aufgrund der drei Lagen kann es mit einem Hamburger assoziiert werden.

# Handlungsempfehlungen: Was Betreiber von Web- seiten tun können

---

**Zunächst möchten wir Ihnen einige grundlegende Tipps** zum Einstieg in das Thema digitale Barrierefreiheit geben. Anschließend folgen konkrete, von der Aktion Mensch erarbeitete Empfehlungen, die sich an den von uns untersuchten Kriterien orientieren.



# Grundsätzliche Tipps

## 1. Eine schnelle technische Überprüfung Ihrer Webseite

Verschaffen Sie sich zunächst einen Überblick über die gängigsten Fehler auf Ihrer Webseite. Zur Über-

prüfung der „Accessibility Essentials“ wie Kontraste, Schriftgröße, Labels, Touch Targets oder Alt-Text gibt es einfache Tools wie etwa [Google Lighthouse](#).

Diese automatisierten Tests sollten später unbedingt durch qualitative Tests ergänzt werden.

The screenshot displays the Google Lighthouse accessibility audit results. At the top, a large orange circle contains the score '78'. Below it, the heading 'Barrierefreiheit' is centered. A paragraph explains that the audit provides information on how to improve the accessibility of a web application, noting that some issues can only be detected through automated tests and manual testing is recommended. The results are organized into sections: 'ARIA' with three items, 'NAMEN UND LABELS' with one item, and 'NAVIGATION' with one item. Each item is preceded by a red triangle icon and followed by a dropdown arrow. At the bottom, there are two sections: 'ZUSÄTZLICHE ELEMENTE ZUR MANUELLEN ÜBERPRÜFUNG (10)' and 'BESTANDENE PRÜFUNGEN (18)', both with 'Anzeigen' (Show) links.

**78**

### Barrierefreiheit

Mit diesen Prüfungen erfährst du, [wie du die Barrierefreiheit deiner Web-App verbesserst](#). Nur bestimmte Probleme mit der Barrierefreiheit können durch automatisierte Tests erkannt werden. Deshalb ist es empfehlenswert, zusätzlich manuelle Tests durchzuführen.

#### ARIA

- ▲ **[aria-\*]-Attribute stimmen nicht mit ihren Rollen überein**
- ▲ **[role]-Elemente sind nicht ihren jeweils erforderlichen übergeordneten Elementen untergeordnet**
- ▲ **[aria-hidden="true"]-Elemente enthalten fokussierbare Unterelemente**

Anhand dieser Möglichkeiten kannst du die Nutzung von ARIA in deiner Anwendung verbessern, wovon Nutzer von Hilfstechnologien wie Screenreadern unter Umständen profitieren.

#### NAMEN UND LABELS

- ▲ **Schaltflächen haben keinen für Screenreader zugänglichen Namen**

Anhand dieser Möglichkeiten kannst du die Semantik der Steuerelemente deiner Anwendung verbessern. Dies kommt Nutzern von Hilfstechnologien wie Screenreadern zugute.

#### NAVIGATION

- ▲ **Überschriftenelemente sind nicht in einer fortlaufenden absteigenden Reihenfolge angeordnet**

Hier findest du Möglichkeiten, die Tastaturnavigation in deiner App zu verbessern.

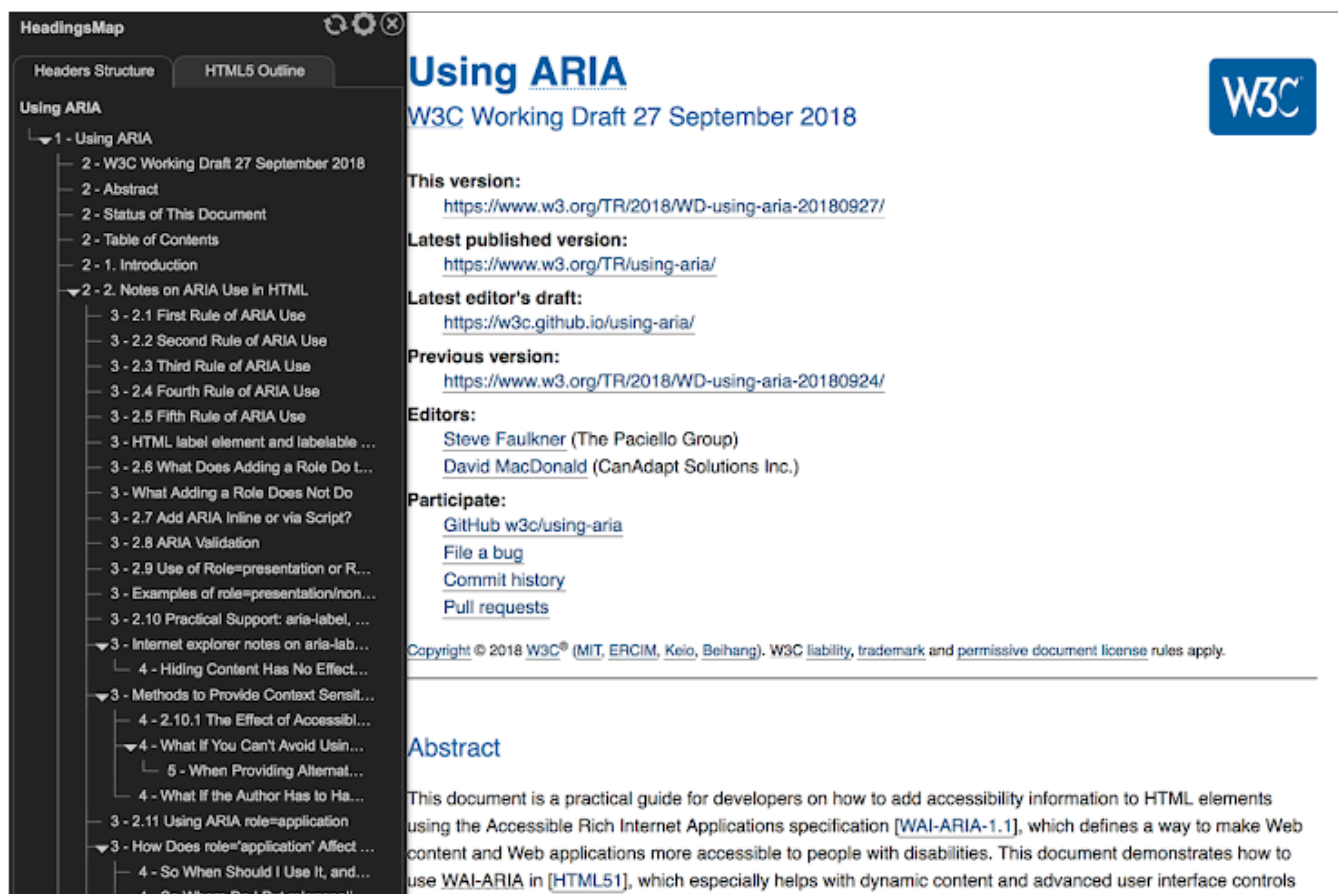
**ZUSÄTZLICHE ELEMENTE ZUR MANUELLEN ÜBERPRÜFUNG (10)** Anzeigen

Diese Prüfungen sind für Bereiche vorgesehen, für die automatische Testtools nicht geeignet sind. Weitere Informationen findest du in unserem Leitfaden zur [Durchführung einer Prüfung auf Barrierefreiheit](#).

**BESTANDENE PRÜFUNGEN (18)** Anzeigen

Screenshot: Lighthouse mit Ergebnis eines automatisierten Tests

Eine hilfreiche Browser-Erweiterung ist Headingsmap (Firefox, Google Chrome). Sie bietet einen sehr guten Überblick über die Überschriften und die gesamte Struktur einer Webseite. Diese Browsererweiterung haben wir beim Testen der Überschriften genutzt.



The screenshot shows the HeadingsMap browser extension interface. On the left, a dark sidebar displays a tree view of the document's structure under the heading 'Using ARIA'. The tree view includes sections like '2 - W3C Working Draft 27 September 2018', '2 - Abstract', '2 - Status of This Document', '2 - Table of Contents', '2 - 1. Introduction', '2 - 2. Notes on ARIA Use in HTML', and various sub-sections under '2.1' through '2.11'. The main content area on the right shows the title 'Using ARIA' in blue, followed by 'W3C Working Draft 27 September 2018' and the W3C logo. Below this, there are sections for 'This version:', 'Latest published version:', 'Latest editor's draft:', 'Previous version:', 'Editors:', and 'Participate:'. The 'Participate:' section includes links for 'GitHub w3c/using-aria', 'File a bug', 'Commit history', and 'Pull requests'. At the bottom of the main content area, there is an 'Abstract' section with a paragraph of text.

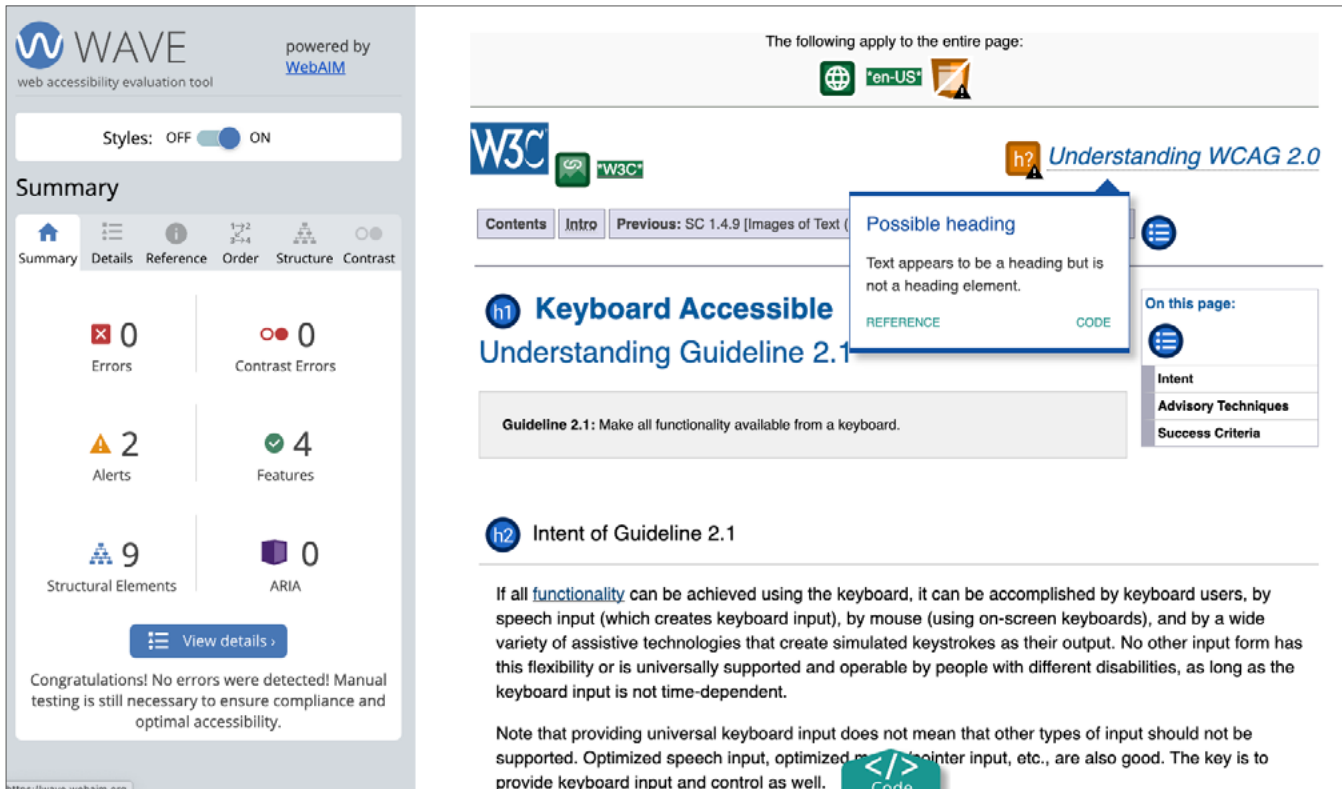
Screenshot: Headingsmap für Chrome zeigt in einer Seitenleiste die Struktur der Webseite anhand der Überschriften und Sektionen an.

## 2. Tiefergehende Analyse und Problemlösung

Um tiefer in die Problemlösung einzusteigen, empfehlen wir kostenlose Browser Erweiterungen wie Wave von Webaim (Institute for Disability Research, Policy and Practice, Utah State University).

Ferner empfehlen wir einen Screenreader-Check. Aktivieren Sie einen Screenreader wie Google Talkback auf Android oder Apple VoiceOver auf iOS, um Ihre Website mit Sprachbedienung selbst zu testen. Weitere häufig genutzte Screenreader sind NVDA, JAWS.

Technische Weiterbildung:  
<https://web.dev/learn/accessibility/>



Screenshot: Wave-Browser-Erweiterung im Einsatz. In der linken Spalte sehen Sie eine Zusammenfassung aller möglichen Probleme auf einer Webseite. In diesem Fall gibt es zwei Hinweise. Einer davon zeigt an, dass ein Element womöglich eine Überschrift sein sollte, aber nicht als solche ausgezeichnet ist.

## 3. Binden Sie Menschen mit Beeinträchtigung in die Lösung ein

Fragen Sie Menschen mit Beeinträchtigung nach ihren Bedürfnissen und nutzen Sie diese Erkenntnisse für die Planung Ihres Online-Shops (zum Beispiel über das neue Sozial- und Marktforschungspanel mit Menschen mit Beeinträchtigung von Aktion Mensch und Ipsos: <https://www.aktion-mensch.de/inklusion/barrierefreiheit/panel-teilhabe-community>).



# Konkrete Empfehlungen

## 1. Herstellung der Tastaturbedienbarkeit

Für die meisten Menschen mit Beeinträchtigung ist es elementar, dass alle Funktionen einer Website per Tastatur zugänglich sind.

Ein guter Test zum Einstieg ist demnach, die Tastaturbedienbarkeit der eigenen Webseite und Shops zu prüfen. Nutzen Sie die Tastatur und versuchen Sie, den Shop komplett bis zum Checkout zu durchlaufen. Sie können auch einen Screenreader aktivieren, zum Beispiel [Google Talkback](#) auf Android oder [Apple VoiceOver](#) auf iOS, und Ihre Webseite mit Sprachbedienung testen.

Stellen Sie im Anschluss sicher, dass der Tastaturfokus sichtbar ist. Die fokussierten Elemente sollten sichtbar umrahmt werden, da sonst schwer nachzuvollziehen ist, auf welchem Element man sich gerade befindet.

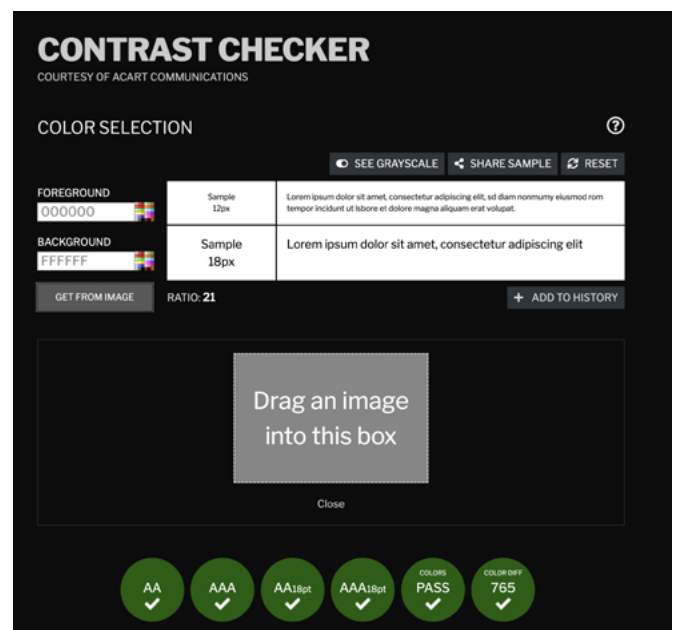
Ferner muss die Tab-Reihenfolge der Elemente sinnvoll sein. Schauen Sie sich etwa den Accessibility Tree an, um die logische Reihenfolge der Elemente zu prüfen. Sind die Überschriften als solche zu erkennen? Verwenden Sie HTML-Standard-Elemente sowie Seitenregionen („Landmarks“) wie `<header>`, `<navigation>`, `<banner>`, um eine schnelle Tastaturbedienbarkeit zu ermöglichen.

Sollten Sie Elemente wie `<div>` als Button nutzen, fügen Sie unbedingt die ARIA-Rolle „button“ hinzu, um Screenreadern zu signalisieren, dass dieses Element die Funktion eines Buttons hat. Mehr über ARIA und die Rollen erfahren Sie zum Beispiel hier: <https://web.dev/learn/accessibility/aria-html/>

## 2. Schrift und Kontraste

Eine gute Lesbarkeit von Texten beruht unter anderem auf einem ausreichenden Kontrast zwischen Vorder- und Hintergrundfarbe. Für Texte in kleinen Schriftgrößen ist dies ganz besonders wichtig. Auch Farbfeldsichtigkeiten – wie die verbreitete Rot-Grün-Schwäche – sollten berücksichtigt werden. Hohe Kontraste helfen auch bei einer mobilen Nutzung, zum Beispiel bleiben Inhalte trotz direkter Sonneneinstrahlung im Freien erkennbar.

**Schnelltest:** Hier können Sie die Kontraste auf Ihrer Seite überprüfen.



## 3. Bedienflächen

Einige Nutzer\*innen haben Schwierigkeiten, kleine Links und Schaltflächen auszuwählen. Was mit einem Mauszeiger noch funktioniert, wird bei der Bedienung mit dem Finger auf einem Tablet oder mit dem Smartphone schnell zu einer Herausforderung.

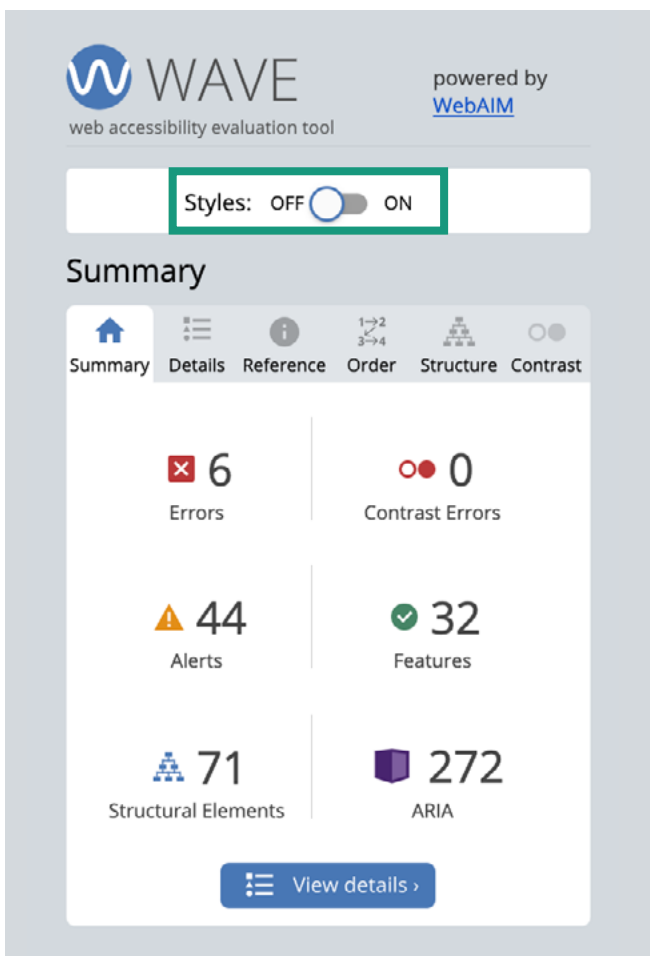
**Schnelltest:** Sind alle Links und Schaltflächen für die mobile Nutzung optimiert?

## 4. Bildtexte

Blinde Menschen sind darauf angewiesen, dass Bilder mit sogenannten Alternativtexten versehen sind. Eine Vorlese-Anwendung nutzt solche Bildbeschreibungen für eine Sprachausgabe des Inhalts. Auch Suchmaschinen werten diese Texte aus und beziehen sie in ihr Ranking ein.

**Schnelltest:** Lassen Sie sich hier die Struktur Ihrer Seite anzeigen.

Nutzen Sie dafür die Ergebnisseite des Wave Browser Plugins oder die Wave Webseite und schalten Sie die Styles aus. Unter allen Bildern sollten nun die Alternativtexte (markiert durch „alt“) zu sehen sein. Sind die Bildbeschreibungen überall vorhanden und sinnvoll formuliert?



Screenshot: Wave Browser Erweiterung

## 5. Sprache

Mit leicht verständlicher Sprache erreichen Sie alle Nutzer\*innen. Besonders empfehlenswert sind: kurze Sätze, einfacher Satzbau, weitgehender Verzicht auf Fremdwörter sowie auf Abkürzungen.

**Schnelltest:** Erfüllen Ihre Texte diese Anforderungen?

## 6. Struktur

Webseiten bestehen aus Strukturelementen, zum Beispiel aus einem Block für die Navigation und einem Block mit dem eigentlichen Seiteninhalt. Innerhalb dieser gibt es Überschriften, Fließtexte oder Listen. Barrierefreie Seiten besitzen semantische Auszeichnungen für solche Strukturen. Diese helfen Menschen mit Sehbeeinträchtigung, sich auf der Seite zu orientieren.

**Schnelltest:** Lassen Sie sich hier die Struktur Ihrer Seite anzeigen.

Nutzen Sie dafür die Ergebnisseite des Wave Browser Plugins oder die Wave Webseite und schalten Sie die Styles aus. Nun können Sie die Markierungen der Überschriften gut erkennen (zum Beispiel h1 = wichtigste Überschrift, h2, h3 und so weiter). Sind Ihre Überschriften sinnvoll ausgezeichnet?

Bitte beachten Sie, dass das Tool keine vollständige Qualitätskontrolle ersetzt und nicht gleichwertig mit einer gründlichen WCAG / BITV-Prüfung ist.

## 7. Formulare

Formulare sind sehr wichtig: Nur über barrierefreie Formulare können alle Kund\*innen mit Ihnen in Kontakt treten oder bei Ihnen online einkaufen.

**Schnelltest:** Klicken Sie bei Ihren Formularen auf die Beschriftung der Felder (zum Beispiel auf das Wort „Vorname“). Wenn der Mauszeiger in das Eingabefeld springt, besitzt das Feld das notwendige „Label“-Element und das Formular ist barrierefrei.

# Fazit

---

**Hier schnell eine Online-Überweisung getätigt**, dort ganz fix die neuen Schuhe bestellt: Was für viele Menschen selbstverständlich erscheint, ist für Menschen mit Beeinträchtigung oftmals mit großen Hürden verbunden oder sogar unmöglich. Das Internet steckt nach wie vor voller Barrieren, gleichzeitig wird die Zahl der Menschen mit Beeinträchtigung – auch durch die Alterung der Gesellschaft – zunehmen. Das zeigt, wie wichtig Barrierefreiheit im Internet ist.



Der von uns durchgeführte Test deckt zwar nur eine kleine Auswahl der Prüfkriterien der WCAG 2.1 ab, gleichwohl sind ebendiese Kriterien in höchstem Maße relevant und Basis für den Abbau von Barrieren im Netz. Das Potential für zufriedene Kund\*innen im Bereich Online-Shopping ist enorm groß, Webseitenbetreiber müssen lediglich einige grundlegende Aspekte der Barrierefreiheit beachten.

Haben Sie keine Hemmungen, sondern beginnen Sie einfach: Barrierefreiheit ist ein Prozess, der die Kundenorientierung stärkt. Zugleich ist sie ein wichtiges Qualitätsmerkmal einer Webseite. Es gilt, das Thema nicht allein in der IT-Abteilung anzusiedeln; vielmehr ist Barrierefreiheit eine Sache, die im gesamten Entwicklungsprozess einer Dienstleistung oder eines Produkts bedacht werden sollte. Denn: Sie betrifft alle technischen, gestalterischen, redaktionellen und kommunikativen Aspekte einer Webseite beziehungsweise eines Online-Shops. Die Umsetzung von Barrierefreiheit im Netz ist niedrigschwellig. Wichtig ist es, zu starten. Wer Barrierefreiheit als Qualitätsmerkmal der eigenen Seite betrachtet und sie von Beginn an mit einplant, der wird Aufwand und Kosten relativ gering halten können, damit aber einen wertvollen Beitrag für die ganze Gesellschaft leisten.

Schließlich empfiehlt sich eine Anpassung der eigenen Webseite auch aufgrund des politischen Rahmens. Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) auf Basis der europäischen Barrierefreiheitsrichtlinie tritt in zwei Jahren, am 28. Juni 2025, in Kraft. Mit dem Gesetz werden zum ersten Mal Akteure der Privatwirtschaft dazu verpflichtet, Barrierefreiheitsanforderungen einzuhalten (Leitlinien zur Umsetzung, BMAS).

# Rechtliche und politische Einordnung



## **Michael Wahl**

Leiter der Überwachungsstelle  
des Bundes für Barrierefreiheit  
von Informationstechnik

---

## **Digitale Barrierefreiheit umsetzen – Rechtsquellen und aktuelle Standards zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)**

Wie ist digitale Barrierefreiheit umzusetzen? Was fordern die gesetzlichen Bestimmungen und auf welche Normierungen und technischen Spezifikationen wird verwiesen?

### **Normierungen und technische Spezifikationen auf EU-Ebene (Europäische Union)**

Bevor nun die Hinweise auf die relevanten Dokumente gegeben werden, ist folgende Anmerkung sehr wichtig: Bei den Normierungen handelt es sich um innerhalb der EU harmonisierte Normen und deren technische Spezifikationen, die als zentrale Standards erarbeitet werden. Diese unterliegen einer hohen Dynamik, da sich auch die Technik ständig weiterent-

wickelt. Daher ist es für die Konformität zur geforderten digitalen Barrierefreiheit entscheidend, stets die aktuellen Dokumente zu beachten und deren Anforderungen umzusetzen.

Aktuell ist ein in der EU harmonisiertes Dokument zur Erfüllung der für ein Produkt oder eine Dienstleistung geltenden Anforderungen noch nicht finalisiert. Diese Finalisierung ergibt sich erst, wenn die Normierung oder die technische Spezifikation durch die europäischen Normierungsinstitutionen final beschlossen und durch die EU harmonisiert im europäischen Amtsblatt verkündet wird. Anschließend gilt die Konformitätsvermutung auf der Grundlage harmonisierter Normen oder technischer Spezifikationen. Wenn diese Normen oder genauer gesagt, die relevanten Teile dieser Normen umgesetzt werden, wird die Konformität vermutet (vergleiche Paragraph 4 und 5 des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes).

Heute bedeutet es, sich an der EN 301 549 zu orientieren.

Nun liegt mit der Rechtsverordnung zum Paragraph 3 Absatz 2 BFSG, die Verordnung über die Barrierefreiheitsanforderungen für Produkte und Dienstleistungen nach dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz vom 15. Juni 2022 – Bundesgesetzblatt (BGBl.) I Seite 928 das maßgebliche Regelwerk für die konkrete Umsetzung von digitaler Barrierefreiheit im Rahmen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetz vor. Hier werden umfangreich die barrierefrei zu gestaltenden Aspekte von Produkten und Dienstleistungen beschrieben und auch die Art der Herstellung von Barrierefreiheit wird dargelegt. Auch hier wird auf die innerhalb der EU harmonisierten Normen und deren technische Spezifikationen, die als zentrale Standards anzusehen sind, verwiesen.

Aber: Da es aktuell noch keine finalisierte EU-harmonisierte Norm speziell zum European Accessibility Act und damit auch nicht zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz gibt, die Frist der verpflichtenden Umsetzung aber näher rückt, ist es ratsam, sich an die EU-harmonisierten Normen zu halten, die thematisch naheliegend sind und sich als delegierte Rechtsakte der EU (vergleiche Paragraf 3 Absatz 2 BFSG) als Grundlage für die Umsetzungsanforderungen anbieten.

All diese Voraussetzungen erfüllt die EN 301 549 in ihrer aktuellen Fassung. Denn mit dem Durchführungsbeschluss (EU) 2018 / 2048 vom 20. Dezember 2018 hat die EU den Standard EN 301 549 (V2.1.2) im Amtsblatt der EU bekannt gemacht (ABl. L 327 vom 21.12.2018, Seite 84) und die Norm so harmonisiert. Der Standard EN 301 549 (V2.1.2) wurde im August 2018 von den europäischen Normungsinstituten veröffentlicht ([Download der EN 301 549 \(V2.1.2\) von ETSI](#)). Der Standard definiert Anforderungen an die Barrierefreiheit von Hardware, Software, Websites, mobilen Anwendungen und elektronischen Dokumenten. Eine deutsche Übersetzung ist im Februar 2020 als DIN EN 301 549 (V2.1.2) erschienen.

Diese deutschsprachige Übersetzung kann auf den Seiten im geschützten Bereich der BFIT-Bund (Überwachungsstelle des Bundes für Barrierefreiheit von Informationstechnik) heruntergeladen werden ([Link zum geschützten Bereich der BFIT-Bund](#)).

### Die aktuell gültige EN 301 549 (V 3.2.1)

Aktuell und gültig ist derzeit im Juni 2023 die folgende Version. Die europäischen Normungsinstitute haben im März 2021 den Standard EN 301 549 (V 3.2.1) veröffentlicht ([Download der EN 301 549 \(V3.2.1\) von ETSI](#)). Die Europäische Kommission hat den Durchführungsbeschluss (EU) 2021 / 1339 zur Änderung des Durchführungsbeschlusses (EU) 2018 / 2048 in Bezug auf die harmonisierte Norm für Websites und mobile Anwendungen am 11. August 2021 im Amtsblatt der Europäischen Union ABl. L 289 veröffentlicht ([Download des Durchführungsbeschlusses \(EU\) 2021 / 1339](#)). Damit ist die Version der ETSI-Norm EN301 549 V3.2.1 formell als harmonisierte europäische Norm (HEN) anerkannt. Auch hier wird auf den geschützten Bereich der BFIT-Bund ([Link zum geschützten Bereich der BFIT-Bund](#)) für den Download in deutscher Sprache verwiesen.

### Der Bezug zu den WCAG

Der europäische Standard EN 301 549 verweist in großen Teilen, insbesondere in den Abschnitten, die für die digitale Barrierefreiheit relevant sind, auf die Erfolgskriterien der Web Content Accessibility Guidelines 2.1 (WCAG 2.1). Diese stellen für barrierefreie Websites Erfolgskriterien auf und gruppieren diese in vier grundsätzliche Prinzipien. Diese sind: Wahrnehmbarkeit, Bedienbarkeit, Verständlichkeit und Robustheit.

Die in den WCAG 2.1 definierten Anforderungen an die barrierefreie Gestaltung von Websites sind daher ein wesentlicher Bestandteil der EN 301 549. Die WCAG 2.1 oder Web Content Accessibility Guidelines 2.1, die im Juni 2018 vom W3C veröffentlicht wurden ([Link zur Website der W3 zur WCAG 2.1](#)) sind die aktuelle Version; sie werden aber kontinuierlich überarbeitet. Sie enthalten insgesamt 78 prüfbare Erfolgskriterien, davon 30 mit der Konformitätsstufe A, 20 mit der Konformitätsstufe AA und 28 mit der Konformitätsstufe AAA, wobei die Konformitätsstufe AAA am meisten Erfolgskriterien fordert.

Der europäische Standard EN 301 549 beruht zu einem großen Teil auf den Erfolgskriterien der WCAG 2.1. Der Standard geht zum einen über die WCAG 2.1 hinaus, indem er in seinem Annex A in der Tabelle A.1 auch Anforderungen auflistet, die in den WCAG 2.1 nicht enthalten sind. Er bleibt zum anderen aber teilweise hinter den WCAG 2.1 zurück, da er in seinem Kapitel 9 nur die Erfolgskriterien der WCAG 2.1 mit den Konformitätsstufen A und AA übernimmt.

### Zum Schluss – hier der Überblick der Anforderungen des EN 301 549

Der Standard EN 301 549 definiert in Kapitel 9 Anforderungen an die Barrierefreiheit von Websites, die zusammen mit Anforderungen aus anderen Kapiteln zur barrierefreien Gestaltung zu beachten sind. Eine Auflistung der nach den EU-Vorgaben zur barrierefreien Gestaltung von Websites verpflichtend zu beachtenden Anforderungen enthält dessen Annex A in Tabelle A1. Für die Anforderungen an mobile Anwendungen (Apps) werden entsprechende Anforderungen in Annex A in Tabelle A2 als verpflichtend festgelegt.

# Über die Partner des Testberichts

---

## Über die Aktion Mensch



Die Aktion Mensch ist die größte private Förderorganisation im sozialen Bereich in Deutschland. Seit ihrer Gründung im Jahr 1964 hat sie mehr als fünf Milliarden Euro an soziale Projekte weitergegeben. Ziel der Aktion Mensch ist, die Lebensbedingungen von Menschen mit Behinderung, Kindern und Jugendlichen zu verbessern und das selbstverständliche Miteinander in der Gesellschaft zu fördern. Mit den Einnahmen aus ihrer Lotterie unterstützt die Aktion Mensch jeden Monat bis zu 1.000 Projekte. Möglich machen dies rund vier Millionen Lotterieteilnehmer\*innen. Zu den Mitgliedern gehören: ZDF, Arbeiterwohlfahrt, Caritas, Deutsches Rotes Kreuz, Diakonie, Paritätischer Gesamtverband und die Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland. Seit Anfang 2014 ist Rudi Cerne ehrenamtlicher Botschafter der Aktion Mensch.

➔ [www.aktion-mensch.de](http://www.aktion-mensch.de)

## Über Google



Google hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Informationen der Welt zu organisieren und sie allgemein zugänglich und nutzbar zu machen. Mit Produkten wie der Google Suche, Maps, Gmail, Chrome, den Pixel Smartphones und Watches oder Plattformen wie YouTube spielt Google eine wichtige Rolle im täglichen Leben von Milliarden von Menschen. In Deutschland ist Google seit 2001 vertreten und beschäftigt mittlerweile mehr als 2.500 Mitarbeitende an den vier Standorten Hamburg, Berlin, München und Frankfurt. Gemeinsam mit lokalen Partnern arbeitet Google Deutschland an zahlreichen Digitalisierungsprojekten, etwa im Bereich Bildung, Handel, Infrastruktur, Klima- oder Datenschutz. Im Google Safety Engineering Center (GSEC) in München entwickelt Google Datenschutz-Anwendungen für die ganze Welt. Und mit Kommunikationslösungen sowie grünen Cloud-Regionen unterstützt Google Unternehmen in Deutschland bei ihrer digitalen Transformation. Google setzt sich außerdem aktiv für ein barrierefreies Web ein und ist dazu in verschiedenen Normungs- und Beratungsgremien vertreten. Derzeit engagiert Google sich bei den folgenden Organisationen: Federal Communications Commission (FCC) Video Programming Accessibility Advisory Committee (VPAAC), FCC Consumer Advisory Committee (CAC) und World Wide Web Consortium (W3C). Außerdem hat Google die weltweite Kampagne „Impact Challenge: Behinderungen“ ins Leben gerufen. Google ist eine Tochtergesellschaft von Alphabet Inc.

## Über Pfennigparade

Die Münchner Stiftung Pfennigparade setzt sich seit über 70 Jahren für die Belange von Menschen mit vorrangig körperlicher Behinderung, erworbener Hirnschädigung, Autismus-Spektrum-Störung und Sinnesbehinderungen ein. In der Werkstatt der Pfennigparade erhalten Menschen, die aufgrund der Art oder Schwere ihrer Behinderung nicht auf dem ersten Arbeitsmarkt beschäftigt werden, sinnvolle und behindertengerechte Arbeitsplätze. Das rund 60-köpfige Team, vorwiegend Menschen mit Behinderungen, berät und schult zur digitalen Barrierefreiheit, testet Websites, Apps und Software auf Konformität und bietet im Test.Labor Barrierefreiheit Usability Tests durch Menschen mit Behinderungen an.



➔ [www.digitale-barrierefreiheit.de](http://www.digitale-barrierefreiheit.de)

## Über BITV-Consult

Detlef Girke alias BITV-Consult bietet seit 2008 professionelle Unterstützung im Bereich der Inklusion für Menschen mit Behinderung für Behörden des Bundes und der Länder sowie private Organisationen zur barrierefreien Gestaltung von Webauftritten, Intranets, eAkten, Fachanwendungen und Dokumenten an. Die Beratung erfolgt zum Beispiel in Form von strategischer Unterstützung (zum Beispiel in Vergabeverfahren) sowie mittels Tests, Workshops und Projektbegleitung. Detlef Girke ist Mitglied im Ausschuss der Überwachungsstelle des Bundes für Barrierefreiheit von Informationstechnik, Leiter des BIT-inklusiv-Netzwerks und arbeitet regelmäßig mit an Projekten des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) zur Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen für Menschen mit Behinderung.



➔ [www.bitvconsult.de](http://www.bitvconsult.de)

---

## Fachliche Beratung BFIT-Bund

Die Überwachungsstelle des Bundes für Barrierefreiheit von Informationstechnik (BFIT-Bund) hat ihre Arbeit im Herbst 2019 aufgenommen. Sie wurde aufgrund des Behindertengleichstellungsgesetzes (BGG) in Paragraph 13 Absatz 3 ins Leben gerufen. Als Überwachungsstelle des Bundes erfüllt die BFIT-Bund Aufgaben, welche Deutschland durch die Richtlinie der Europäischen Union (EU) in Fragen der Überwachung, Überprüfung sowie der Berichtslegung von digitalen Angeboten öffentlicher Stellen übertragen wurden (Paragraph 8 Richtlinie (EU) 2016/2102). Die BFIT-Bund ist als eigenständiger Bereich bei der Deutschen Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See angesiedelt und befindet sich in Berlin.

➔ [www.bfit-bund.de](http://www.bfit-bund.de)

# Anhang

## nützliche Links

---

### Getestete Webseiten

Alle 78 untersuchten Webseiten:

<https://www.aktion-mensch.de/inklusion/barrierefreiheit/barrierefreie-website/test-barrierefreie-webshops/getestete-seiten>

### Aktion Mensch Ressourcen

Trendstudie der Aktion Mensch zum Thema Digitale Teilhabe von Menschen mit Behinderung (2020):

<https://www.aktion-mensch.de/inklusion/barrierefreiheit/studie-digitale-teilhabe>

<https://www.inklusion.de/barrierefreiheit>: Inklusionsportal der Aktion Mensch zum Thema (digitale) Barrierefreiheit

Link zu deutschen Übersetzungen der WCAG:

<https://www.aktion-mensch.de/inklusion/barrierefreiheit/web-content-accessibility-guidelines>

### Google Ressourcen

[Google Pagespeed Insights / Lighthouse](#): Automatisiertes Testen für einen ersten Einblick

[Google Learn Accessibility](#): Ein Online Kurs für Webentwickler

[Google Inclusive Marketing Hub](#): Infoportal über inklusives Marketing

[Google Explore Google's Accessibility features and products](#): Barrierefreiheit Tools und Features in Google Produkten

### Weitere Links

Informationsseite der Bundesregierung zum Barrierefreiheitsstärkungsgesetz, Anforderungen an die IT sowie Umsetzungsempfehlungen: <https://www.barrierefreiheit-dienstekonsolidierung.bund.de/Webs/PB/DE/gesetze-und-richtlinien/barrierefreiheitsstaerkungsgesetz/barrierefreiheitsstaerkungsgesetz-node.html>

Handreichungen und praktische Publikationen zur Umsetzung von digitaler Barrierefreiheit für Umsetzer\*innen und Entscheider\*innen

[Überwachungsstelle des Bundes für Barrierefreiheit von Informationstechnik – Publikationen \(bfit-bund.de\)](#)

Die zentrale Norm der digitalen Barrierefreiheit EN 301 549 auf deutsch – kostenlos bei berechtigtem Interesse im geschützten Bereich der BFIT-Bund

[Überwachungsstelle des Bundes für Barrierefreiheit von Informationstechnik – Anmeldung zum geschützten Bereich \(bfit-bund.de\)](#)

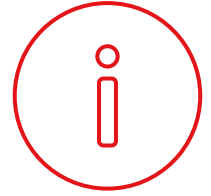
Startseite der BFIT-Bund mit Ankündigungen von Webinaren und Fachartikeln

[Überwachungsstelle des Bundes für Barrierefreiheit von Informationstechnik – Startseite \(bfit-bund.de\)](#)



# Impressum

---



## **Die Partner der Initiative:**

Aktion Mensch e.V.  
Heinemannstraße 36  
53175 Bonn  
[aktion-mensch.de](http://aktion-mensch.de)

BITV-Consult  
Detlef Girke  
Albrecht-Dürer-Straße 166  
97204 Höchberg  
[bitvconsult.de](http://bitvconsult.de)

Google Germany GmbH  
Tucholskystraße 2  
10117 Berlin  
[google.com/accessibility](http://google.com/accessibility)

Stiftung Pfennigparade  
Barlachstraße 24-36  
80804 München  
[pfennigparade.de](http://pfennigparade.de)

---

## **Verantwortlich:**

Christina Marx, Aktion Mensch  
Ralf Bremer, Google Germany

---

**Text und Redaktion:** Lars Bognar, Ralf Bremer, Ralf Ohlenbostel (Google), Jasmin Presser-Velder (Piabo), Michael Wahl (B-FIT Bund), Christina Marx, Xenia Schwarz, Nadja Ullrich (Aktion Mensch)

---

**Layout, Satz und barrierefreies PDF:** Nicole Schmitz, [www.subgrafix.de](http://www.subgrafix.de)

---

© **Copyright** Aktion Mensch e.V., Bonn und Google Germany GmbH, Berlin 2023



Mehr Informationen unter  
[www.aktion-mensch.de](http://www.aktion-mensch.de)



Stand: Juni 2023

**Aktion Mensch e.V.**  
Heinemannstr. 36  
53175 Bonn  
Telefon: 0228 2092-0  
[info@aktion-mensch.de](mailto:info@aktion-mensch.de)