

Menschen mit Behinderungen | 26.11.2024 | Lesezeit 2 Min.

Barrierefreiheit: Wie inklusiv ist das Internet?

Ab Mitte kommenden Jahres müssen digitale Produkte und Dienstleistungen in Deutschland barrierefrei sein. Bislang erfüllt nur ein Bruchteil der gängigen Web-Shops die Voraussetzungen dafür.

Ab dem 28. Juni 2025 sind privatwirtschaftliche Anbieter digitaler Produkte und Dienstleistungen in Deutschland gesetzlich verpflichtet, diese komplett barrierefrei zu gestalten. Dies regelt das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz.

Betroffen sind Anbieter von Standard-Verbrauchergeräten wie Notebooks oder Tablets genauso wie der komplette Online-Handel oder Anbieter von Ticket- und Buchungssystemen - und zwar unabhängig davon, wo sie ihren Unternehmenssitz haben.

In Deutschland ist nur ein Fünftel der gängigen Online-Shops barrierefrei. Meist mangelt es an vollständiger Tastaturbedienbarkeit.

Ein Test, den die Aktion Mensch und Google in diesem Jahr für die 71 meistbesuchten Online-Shops in Deutschland durchgeführt haben, zeigt allerdings, dass bis zum kommenden Sommer noch viel Arbeit vor den Anbietern liegt:

Nur ein Fünftel der gängigen Online-Shops ist barrierefrei.

Die häufigste Barriere, die die Tester fanden, lautete: mangelnde Tastaturbedienbarkeit. Eine barrierefreie Bedienbarkeit ermöglicht es, alle Funktionalitäten einer Website per Tastatur zu nutzen.

Darüber hinaus gibt es viele weitere gestalterische, redaktionelle und technische Tipps, wie eine Webseite barrierefrei wird (Grafik):

Checkliste: So werden Webseiten barrierefrei

Mithilfe dieser gestalterischen, redaktionellen und technischen Tipps werden privatwirtschaftliche Webseiten barrierefrei

Gestaltung

- Kontrastreiche Inhalte, lesbare Schriftarten (serifenarm) nutzen.
- Inhalte müssen auch ohne Farbwahrnehmung verständlich sein.
- Texte, Grafiken, Navigation etc. müssen in der Größe veränderbar sein.
- Möglichst große Schaltflächen und Grafiken mit klarer Beschriftung verwenden.
- Keine flackernden oder blinkende Inhalte erzeugen.
- Vorhersehbare Navigation und Abläufe (beispielsweise bei Bestellvorgängen) anbieten.

Redaktion

- Texte so leicht verständlich wie möglich verfassen.
- Bilder, Grafiken, Logos etc. haben eine Textalternative oder sind als „dekorativ“ ausgezeichnet.
- Videos haben eine Audiodeskription und sind Untertitelt.
- Akustische Inhalte (beispielsweise Podcasts) haben eine Transkription.
- Alle digitalen Berührungspunkte (wie PDF oder E-Mail) zu Nutzenden sind barrierefrei.

Technik

- HTML (die „Sprache des Internets“) semantisch richtig nutzen (beispielsweise sind Überschriften in der hierarchisch richtigen Reihenfolge gesetzt, Aufzählungen entsprechend markiert, Tabellen beschriftet).
- Strukturelemente in HTML5 (<header>, <main>, <footer> etc.) anwenden.
- Alle Gerätegrößen und Browsereinstellungen unterstützen.
- Alleinige Tastaturbedienbarkeit gewährleisten (inkl. gut sichtbarem Tastaturfokus).
- Formularfelder im Quellcode aussagefähig beschriften und in einer sinnvollen Reihenfolge sortieren; Fehlermeldungen in Formularen sind klar beschrieben und leicht zu beheben.
- Genug Zeit für Formular-Eingaben geben (idealerweise keine Zeitbeschränkung).
- Attribute für assistive Technologien (aria-label, aria-controls, aria-expanded etc.) nutzen.

Große Nutzergruppe

Die digitale Barrierefreiheit ist kein Selbstzweck, sondern für Menschen mit Behinderungen essenziell. Und diese Gruppe ist groß. Zu ihr gehören beispielsweise Menschen ohne oder mit eingeschränktem Sehvermögen oder eingeschränkter Farbwahrnehmung, ohne oder mit eingeschränktem Hörvermögen, Menschen ohne Sprachvermögen oder Menschen mit eingeschränkter manueller Fähigkeit. Auch Personen mit Lernschwierigkeiten oder kognitiven Beeinträchtigungen sind auf ein inklusives Internet angewiesen:

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

Von digitaler Barrierefreiheit und Usability – also der Benutzerfreundlichkeit – profitieren nicht nur Menschen mit Behinderungen, sondern auch ältere Menschen, Techniklaien sowie Personen, die deutsche Texte nicht gut verstehen. So helfen beispielsweise Vorlesefunktionen oder Sprachassistenten nicht nur Menschen mit Sehbehinderung, sondern auch den mehr als 6,2 Millionen Menschen in Deutschland mit Analphabetismus.

Und was passiert, wenn Dienstleistungen oder Produkte bis Ende Juni 2025 nicht barrierefrei sind? Unternehmen, die dem nicht nachkommen, können im Extremfall mit scharfen Sanktionen bis hin zum Verkaufsverbot belegt werden.

Kernaussagen in Kürze:

- Ab dem 28. Juni 2025 sind privatwirtschaftliche Anbieter digitaler Produkte und Dienstleistungen in Deutschland gesetzlich verpflichtet, diese komplett barrierefrei zu gestalten.
- Ein Test, den die Aktion Mensch und Google in diesem Jahr für die 71 meistbesuchten Online-Shops in Deutschland durchgeführt haben, zeigt, dass erst ein Fünftel von ihnen die Kriterien der digitalen Barrierefreiheit erfüllt.
- Unternehmen, deren Produkte oder Dienstleistungen bis Mitte kommenden Jahres nicht barrierefrei sind, können mit scharfen Sanktionen bis hin zum Verkaufsverbot belegt werden.